



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 GUNUNGKIDUL 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 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 AISIYAH JABUNG	210-214
Ika Nur Fajri	
PEMANFAATAN E-COMMERCE UNTUK PEMASARAN PADA USAHA SNACK DAN JAJANAN PASAR DI MASA PANDEMI COVID 19	215-220
Ikmah , Anik Sri Widawati	
MEDIA PEMBELAJARAN SOCIOFUN BERBASIS MOBILE SEBAGAI PENUNJANG PROSES PEMBELAJARAN SOSIOLOGI KELAS X DI SMAN 1 TURI	221-226
Irma Rofni Wulandari , Laily Nur Hamidah , Yuli Astuti, Lilis Dwi Farida	
PELATIHAN MEDIA SOSIAL BRANDING UNTUK KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUNCIR GARONGAN	227-232
Irwan Setiawanto, Kusnawi	
PELATIHAN YOUTUBE CONTENT CREATION UNTUK SARANA PUBLIKASI KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUNCIR GARONGAN	233-238
Joko Dwi Santoso, Erfina Nurussa'adah	
PENDAMPINGAN PENERAPAN APLIKASI PENCATATAN TRANSAKSI KEUANGAN AGEN DAN RESELER UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA KLINIK INUSA SKINCARE PLERET BANTUL	239-244
Jeki Kuswanto, Nenden Ranuma Ratri	
PEMERDAYAAN REMAJA PUTRI UNTUK MENDORONG PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI DUSUN GEBANG KELURAHAN WEDOMARTANI	245-250
Jurni Hayati	
SOSIALISASI DAN EDUKASI ETIKA KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA CLUB PANJI SAKTI (CPS) SINGARAJA	251-256
Kadek Kiki Astria	
PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL UMKM DELDV	257-262
Laksmindra Saptyawati	
KAMPANYE POLA HIDUP SEHAT DAN SAFETY RIDE DALAM BERSEPEDA SERTA PEMBENAHAN ADMINISTRASI PADA ECOSMO JOGJA	263-268
Lukman	
PEMBUATAN W EBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENJUALAN BEEIS MADU	269-274
M. Nuraminudin , Tisih Lara Bangun Sasongko	
PEMBUATAN APLIKASI SISTEM INFORMASI RESELLER PADA HOMESWEETHOME.JOGJA BERBASIS ANDROID	275-280
Melany Mustika Dewi	

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

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

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

PEMANFAATAN E-COMMERCE UNTUK PEMASARAN PADA USAHA SNACK DAN JAJANAN PASAR DI MASA PANDEMI COVID 19

Ikmah¹⁾, Anik Sri Widawati²⁾

1) Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta
2) Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta
Email : ikmahdarwan01@amikom.ac.id¹⁾, anik@amikom.ac.id²⁾

Abstrak

Pandemi Covid-19 telah melumpuhkan kegiatan ekonomi di Indonesia, terutama yang terdampak kebijakan pembatasan sosial untuk mencegah penyebaran virus corona. Hal ini berdampak sangat besar pada perekonomian di Indonesia khususnya bagi kelompok menengah ke bawah. Pemasukan menjadi sangat rentan karena ketika mereka tidak bekerja, maka pendapatan mereka juga tidak ada. Pada era pandemic Covid-19 sekarang ini semua sudah memanfaatkan media online untuk mempromosikan barang dagangannya. Media online memberikan dampak yang sangat positif pada era pandemic Covid-19 sekarang ini karena sudah memanjakan penggunanya. Salah satu usaha yang dapat dionlinekan adalah usaha home industri snack dan jajanan pasar yang bernama "Snack dan Jajanan Pasar Ibu Asih". Usaha yang dilakukan sudah berjalan dengan baik dari segi rasa sangat enak, sehingga cocok untuk direkomendasikan pada berbagai acara baik dari partai kecil maupun partai besar. Usaha yang dilakukan saat ini masih menggunakan cara konvensional dengan metode dari mulut ke mulut, sehingga sangat susah untuk berkembang. Hal ini yang mendasari adanya pengabdian kepada masyarakat, khususnya pengusaha yang masih belum mengenal media online di "Snack dan Jajanan Pasar Ibu Asih". Permasalahan yang muncul dalam home industry "Snack dan Jajanan Pasar Ibu Asih" di era pandemi saat ini yaitu pada pemasaran snack dan jajanan pasar yang kurang maksimal, karena masih menggunakan cara konvensional. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra pengabdian masyarakat diatas, maka solusi yang ditawarkan adalah memasarkan produksi snack dan jajanan pasar dengan memanfaatkan media online. Dengan menggunakan media online diharapkan dapat membantu proses pemasaran menjadi lebih baik, selain itu dapat meningkatkan keuntungan pendapatan yang diperoleh. Luaran dari kegiatan ini diantaranya membangun e-commerce untuk media promosi dan pemasaran produk. Adapun metode yang dilaksanakan adalah menganalisis metode pemasaran yang berjalan dan mengadakan pelatihan teknologi informasi. Dengan menggunakan metode tersebut dapat meningkatkan pemasaran dengan penggunaan teknologi informasi.

Kata kunci: e-commerce, promosi, snack dan jajanan pasar

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah melumpuhkan kegiatan ekonomi di Indonesia, terutama yang terdampak kebijakan pembatasan sosial untuk mencegah penyebaran virus corona. Semua terdampak mulai dari kalangan anak-anak, dewasa sampai orang-orang yang sudah lanjut usia. Tidak hanya itu yang lebih sangat berdampak besar yaitu pada perekonomian di Indonesia khususnya bagi kelompok menengah ke bawah. Ekonomi mereka yang setiap harinya hanya ditopang oleh pendapatan pada hari itu juga. Pemasukan menjadi sangat rentan karena ketika mereka tidak bekerja, maka pendapatan mereka juga tidak ada.

Teknologi yang sangat berkembang untuk sekarang ini sangat mendukung perkembangan teknologi berupa internet. Dengan internet inilah peluang usaha bisa berjalan tanpa adanya kesulitan. Adanya perkembangan teknologi informasi saat ini merupakan suatu kebutuhan yang harus dimiliki oleh suatu organisasi atau persorangan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Pemanfaatan teknologi informasi sangat diperlukan untuk semua kalangan baik dari kalangan menengah bawah sampai menengah ke atas. Pada era sekarang ini semua sudah memanfaatkan media online untuk mempromosikan barang dagangan. Dengan adanya sistem informasi dapat membantu

kegiatan semua orang menjadi lebih mudah. Secara sederhana sistem dapat diartikan sebagai suatu kumpulan atau himpunan dari unsur – unsur atau variable-variabel yang saling terorganisasi, saling berinteraksi, dan saling bergantung satu sama lain[1]. Media online sangat diperlukan untuk meningkatkan perkembangan usaha yang dijalankan untuk para pengusaha. Dengan memanfaatkan media online sebagai promosi penjualan barang dagangan dapat menghemat biaya dilihat dari berbagai aspek. Media online memberikan dampak yang sangat positif pada era sekarang ini karena sudah memanjakan penggunaannya. Jika tidak menggunakan media online yang sudah ada, maka akan sangat rugi sekali karena tidak memanfaatkan media tersebut. Dari sekian banyak media, website menjadi salah satu media yang banyak diakses untuk mendapatkan informasi atau berita. Web merupakan fasilitas hypertexts untuk menampilkan data berupa teks, gambar, suara, animasi, dan data multimedia lainnya. Ada 2 kategori dalam pemrograman web, yaitu pemrograman server web dan client web. Pada pemrograman server side, perintah-perintah program dijalankan di server web, kemudian hasil dikirimkan ke browser dalam bentuk HTML biasa. Adapun pada client server, perintah program dijalankan pada browser sehingga ketika client meminta dokumen script, maka script dapat di download dari server kemudian dijalankan pada browser yang bersangkutan[2]. Informasi yaitu data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan berarti bagi penerimanya[3]. Salah satu usaha yang ada dari berbagai macam jenis usaha yang dapat dionlinekan adalah usaha snack dan jajanan pasar yang bernama “Snack dan Jajanan Pasar Ibu Asih”. Usaha yang dilakukan saat ini masih menggunakan metode dari mulut ke mulut, sehingga sangat susah untuk berkembang. Hal ini yang mendasari adanya pengabdian kepada masyarakat, khususnya pengusaha yang masih belum mengenal media online di “Snack dan Jajanan Pasar Ibu Asih”. Dalam kerangka itu, maka sudah menjadi kewajiban bagi Dosen untuk memenuhi Tridharma Perguruan Tinggi, yaitu dalam bidang Pendidikan, penelitian dan pengabdian. Dalam rangka pemenuhan Tridharma Perguruan Tinggi tersebut, berbagai bentuk dari pengabdian terhadap sesama hendaknya dapat dilakukan oleh Dosen dan juga dapat melibatkan Mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta. Kegiatan pengabdian masyarakat ini berjudul “Pemanfaatan E-Commerce untuk Pemasaran Pada Usaha Snack dan Jajanan Pasar di Masa Pandemi Covid-19”.

Pengabdian ini diselenggarakan oleh Dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta Tahun 2021. Kegiatan pengabdian yang dilakukan ini memerlukan dukungan dan bantuan dari segenap pihak dari Universitas AMIKOM Yogyakarta. Dukungan moral dan materi akan sangat membantu program ini, yang dengan semangat kemanusiaan dan pengabdian masyarakat mampu menolong mereka yang membutuhkan. Sesuai dengan Visi dan Misi Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Visi Universitas AMIKOM Yogyakarta adalah menjadi perguruan tinggi unggulan dunia dalam Bidang Ekonomi Kreatif yang berbasis Entrepreneurship.

Misi Universitas AMIKOM Yogyakarta yaitu :

1. Menyelenggarakan pendidikan tinggi kelas dunia di bidang ekonomi kreatif berbasis Entrepreneurship.
2. Melaksanakan penelitian dalam bidang ekonomi kreatif berkualitas dunia yang dapat berperan meningkatkan daya saing nasional.
3. Menyelenggarakan layanan pengabdian kepada masyarakat secara profesional dalam rangka ikut memecahkan persoalan dunia maupun nasional, terutama dalam bidang ekonomi kreatif.
4. Menyelenggarakan pendidikan berstandar global melalui kemitraan dan jejaring nasional, regional maupun global.
5. Mengembangkan pusat ekonomi kreatif dan pusat kewirausahaan yang bermanfaat baik nasional, regional maupun global.

1.2 Gambaran Objek Pengabdian

Condong catur adalah sebuah desa yang terletak di kecamatan Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Wilayah ini merupakan wilayah yang sangat strategis karena dekat dengan kampus, mall, hotel, indekos, pasar tradisional, pedagang kelontong dan juga terdapat berbagai macam home industry. Salah satu home industry yang ada yaitu usaha home industry snack dan jajanan pasar yang bernama “Snack dan Jajanan Pasar Ibu Asih”. Lokasi usaha “Snack dan Jajanan Pasar Ibu Asih” yang dikelola oleh Ibu Asih, beralamat seperti ditunjukkan pada table berikut ini :

Tabel 1. Profil Mitra

Nama Usaha	Snack dan Jajanan Pasar Ibu Asih
Nama Pemilik	Ibu Asih Sukarsih
Produk	Snack Jajan Pasar
Mulai Usaha	Tahun 2002
Alamat Pemasaran	Depan Masjid Sultan Agung, Babadan Baru, Condong Catur,

	Depok, Sleman, Yogyakarta
Email & Web	-

Pembuatan snack dan jajanan pasar yang sudah dilakukan oleh Ibu Asih dibuat dari berbagai macam bahan makanan yang terjamin kualitasnya. Snack dan jajanan pasar yang dihasilkan terdapat bermacam-macam jenisnya, seperti kue lapis, kue bolu dan berbagai macam jenis kue lainnya. Untuk pembuatannya sama seperti snack dan jajanan pasar pada umumnya, tetapi snack dan jajanan pasar yang dioleh Ibu Asih mempunyai rasa yang sangat enak dan berbeda dari yang lain. Sebenarnya jika dilakukan pemasaran yang tepat, maka bisa saja snack dan jajanan pasar yang dikelola oleh Ibu Asih dapat menghasilkan pesanan yang banyak.

Dalam pemasaran saat ini yang dilakukan adalah pasif menunggu pesanan dari konsumen. Pemasaran yang saat ini dilakukan dengan cara menggunakan pemasaran dari mulut ke mulut. Sedangkan konsumen yang melakukan pembelian snack dan jajanan pasar belum terlalu banyak dikarenakan promosi yang kurang. Berikut ini adalah salah satu gambar dari usaha snack dan jajanan pasar yang dihasilkan seperti Gambar 1 dan Gambar 2 berikut.



Gambar 1. Snack dan Jajanan Pasar



Gambar 2. Aneka Snack dan Jajanan Pasar

Permasalahan dari hasil wawancara dengan Mitra Snack dan Jajanan Pasar yaitu Ibu Asih Sukarsih yakni belum adanya *website official* dan *social media* sebagai media Promosi. Permasalahan yang ada, maka telah kami buat prioritas dan disajikan pada tabel 2, sebagai berikut.

Tabel 2. Daftar Masalah Prioritas

No	Permasalahan Mitra	No. Prioritas
1	Belum adanya cara atau metode promosi yang lebih baik untuk dapat lebih berkembang.	Prioritas 1
2	Dalam melakukan pemasaran snack dan jajanan pasar masih tergantung pada pemesanan yang tidak menentu yang disebabkan ketidaktahuan konsumen tentang snack dan jajanan pasar tersebut.	Prioritas 2

Solusi yang ditawarkan dari penentuan prioritas masalah dari tabel 2 diatas, maka ditetapkan solusi dalam bentuk table 3, sebagai berikut :

Tabel 3. Daftar Masalah Prioritas dan Solusi

No	Permasalahan	Solusi Ditawarkan
1	Belum adanya cara atau metode promosi yang lebih baik untuk dapat lebih berkembang.	Membuat sistem informasi e-commerce dalam bentuk website, twitter, instagram dan facebook sebagai media promosi dan pemasaran.
2	Dalam melakukan pemasaran snack dan jajanan pasar masih tergantung pada pemesanan yang tidak menentu yang disebabkan ketidaktahuan konsumen tentang	Membuat sistem informasi e-commerce dalam bentuk website, twitter, instagram dan facebook untuk meningkatkan pemahaman dalam pemasaran berbasis teknologi dan

snack dan jajanan pasar tersebut.	penggunaan sistem informasi.
-----------------------------------	------------------------------

Target luaran yang dihasilkan diperoleh dari tabel prioritas permasalahan yang ada di tabel 3, untuk dapat memecahkan permasalahan yang ada pada Mitra Snack dan Jajanan Pasar Ibu Asih, maka akan disajikan dalam tabel target dan luaran yang terdapat pada tabel 4, sebagai berikut :

Tabel 4. Target dan Luaran

No	Target dan Luaran
1	Tersedianya E-Commerce dalam bentuk Website, twitter, instagram dan facebook sebagai media promosi dan pemasaran
2	Pelatihan komputer dasar, editing foto dan pelatihan operasional pengelolaan dan penggunaan e-commerce untuk peningkatan dan pemahaman dalam pemasaran berbasis teknologi dan penggunaan sistem informasi.

Detail spesifikasi luaran yang dihasilkan terdapat pada table 5, sebagai berikut :

Tabel 5. Detail spesifikasi luaran

No	Nama Fungsional	Deskripsi
1	Pengolahan data produk	Website dan sosial media dapat melakukan manajemen data snack dan jajanan pasar.
2	Pengolahan data kategori	Website dan sosial media dapat melakukan manajemen data kategori snack dan jajanan pasar.
3	Pengolahan data order	Website dan sosial media dapat melakukan manajemen data order/pemesanan snack dan jajanan pasar.
4	Order Produk	Website dan sosial media dapat memiliki fasilitas order snack dan jajanan pasar yang ingin dibeli oleh konsumen.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada Mitra Snack dan Jajanan Pasar Ibu Asih dengan melakukan identifikasi permasalahan dan melakukan analisis masalah. Dari permasalahan yang ada dibuatkan solusi yang tepat untuk Mitra Snack dan Jajanan Pasar Ibu Asih dengan menggunakan metode pelaksanaan kegiatan terdapat pada tabel 6, sebagai berikut.

Tabel 6. Metode Pelaksanaan

No	Permasalahan yang Disepakati untuk Diselesaikan	Metode Pelaksanaan	Target Luaran
1	Belum adanya cara atau metode promosi yang lebih baik untuk dapat lebih berkembang.	1. Identifikasi dan Analisis Masalah 2. Pembuatan E-Commerce	Tersedianya e-commerce dalam bentuk website, twitter, instagram dan facebook sebagai media promosi dan pemasaran.
2	Dalam melakukan pemasaran snack dan jajanan pasar masih tergantung pada pemesanan yang tidak menentu yang disebabkan ketidaktahuan konsumen tentang snack dan jajanan pasar tersebut.kegiatan offline yang tidak memungkinkan untuk terjadinya pengumpulan masa.	1. Pelatihan wawasan teknologi antara lain : a. Pelatihan Komputer Dasar b. Editing Foto 2. Pelatihan Pengelolaan dan Penggunaan e-commerce	Peningkatan dan pemahaman dalam menginformasikan dan mempromosikan SPS Asparagus II yang berbasis teknologi dan penggunaan sistem informasi.

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Pada tahapan rencana kegiatan yang telah dilaksanakan, berbagai capaian yang sudah dilakukan dalam pengabdian ini di antaranya :

1. *Website official* Mitra Snack dan Jajanan Pasar Website yang dibuat dengan domain : <http://asihsnack.com> dengan tampilan isi halaman *menu* yang telah di sepakati sesuai kebutuhan Mitra Snack dan Jajanan Pasar Ibu Asih seperti Gambar 4 berikut.



Gambar 4. Tampilan Halaman Utama Website

2. Sosial Media Instagram
Tersedinya sosial media berupa instagram Mitra Snack dan Jajanan Pasar Ibu Asih, seperti Gambar 5 berikut.



Gambar 5. Tampilan Halaman Utama Instagram

3. Sosial Media Facebook
Tersedinya sosial media berupa Facebook Mitra Snack dan Jajanan Pasar Ibu Asih, seperti Gambar 6 berikut.



Gambar 6. Tampilan Facebook

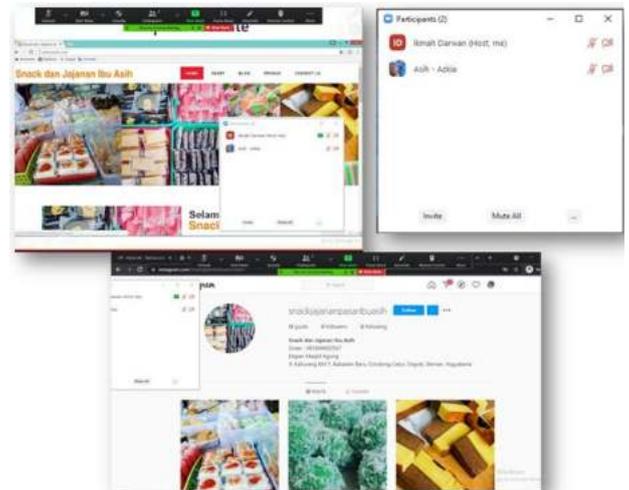
4. Sosial Media Twitter

Tersedinya sosial media berupa Twitter Mitra Snack dan Jajanan Pasar Ibu Asih, seperti Gambar 7 berikut.



Gambar 7. Tampilan Twitter

5. Pelatihan Admin *website*
Materi pelatihan mengelola data *website dan sosial media* atau sebagai admin. Berupa cara update artikel/pengumuman informasi dan berita web dan sosial media mengenai cara upload foto-foto Mitra Snack dan Jajanan Pasar Ibu Asih, seperti Gambar 8 berikut.



Gambar 8. Pelatihan

4. KESIMPULAN

Penutup berisi kesimpulan dan saran yang ditulis dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Kesimpulan dari kegiatan yang sudah dilakukan, sebagai berikut :
 - Kegiatan ini menghasilkan sebuah website dan sosial media untuk Mitra Snack dan Jajanan Pasar Ibu Asih.
 - Website dan Sosial Media ini akan menjadi salah satu penerapan teknologi sebagai

media informasi pada Mitra Snack dan Jajanan Pasar Ibu Asih.

- 2) Saran dari kegiatan yang sudah dilakukan, sebagai berikut :
- Waktu pendampingan kepada mitra perlu ditambah, agar pengenalan *website* semakin baik.
 - Kegiatan selanjutnya perlu dilakukan uji coba untuk mengetahui tingkat kegunaan *website* dan sosial media.

Ucapan Terimakasih

Saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak terkait diantaranya Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas AMIKOM Yogyakarta. Ucapan terimakasih juga kepada Ibu Asih Sukarsih, sehingga terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat berjalan dengan lancar tanpa ada hambatan.

Daftar Pustaka

- [1] Al-Fatta, H. 2007. *Analisis & Perancangan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [2] Hardjono D. (Ed). 2006. *Seri Panduan Lengkap Menguasai Pemrograman Web dengan PHP 5*. ANDI Yogyakarta.
- [3] Jogiyanto, HM. *Analisis dan Desain System Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*, Yogyakarta : Andi Offset, 1999.