



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

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

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

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

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

PENGLOLAAN DATA SISWA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI 2 DEPOK SLEMAN DEPOK BERBASIS WEBGIS Widiyana Riasasi	477-481
APLIKASI MOBILE SMART EDU-ECON SEBAGAI PENGEMBANGAN TEKNIK MENGAJAR PADA PELAJARAN EKONOMI KELAS X Yuli Astuti, Angga Arindra Shonta, Irma Rofni Wulandari , Wiwi Widayani , Erni Seniwati	482-487
STRATEGI PENINGKATAN OMSET DENGAN DIGITAL MARKETING DI UMKM BATIK JUMPUTAN (ROEMAH DJOEMPOETAN SRIHADI) Yusuf Amri Amrullah	488-493
PELATIHAN DAKWAH DIGITAL BAGI PARA DA'I JAM'IYYAH MUBALLIGHIN SUNAN PANDANARAN (JAMUSPA) MUDA DI YOGYAKARTA Zahrotus Saidah, Sri Mulyani Majid	494-499
WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI SHOES CLEANING CARE CLEANROOM PADA ERA PANDEMI COVID-19 Dwi Nurani	500-505
WEBSITE COMPANY PROFILE BANK SAMPAH "SUMBER BERKAH" Rumini	506-511
PEMANFAATAN TEKNOLOGI AUGMENTED REALITY UNTUK MEMBANTU PROSES BELAJAR DAN MENGAJAR ANAK-ANAK Mulia Sulistiyono, Andi Sunyoto, Muhammad Adli Zul Hazmi	512-517
PEMANFAATAN TEKNOLOGI BERBASIS CLOUD UNTUK Mendukung KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR SEKOLAH DI MASA PANDEMI Achimah Sidauruk	518-523
PENDAMPINGAN BRANDING DAN PACKAGING UMKM KELUARGA PRA SEJAHTERA Ahlihi Masruro	524-529
PEMANFAATAN MARKETPLACE DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN BAGI PENJUALAN PRODUK UMKM Andika Agus Slameto	530-535
PELATIHAN PEMBUATAN MEDIA AJAR BERBASIS VIDEO DAN FOTO UNTUK GURU SEKOLAH TAMAN KANAK-KANAK Muhammad Tofa 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

PEMERDAYAAN REMAJA PUTRI UNTUK MENDORONG PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI DUSUN GEBANG KELURAHAN WEDOMARTANI

Jurni Hayati

Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta
Email : jurni.hayati@amikom.ac.id

Abstrak

Tingginya tingkat pengangguran di Indonesia adalah sebuah masalah yang belum bisa terselesaikan, pada Agustus 2018 tingkat pengangguran terbuka di Indonesia mencapai 5,34 persen. Jumlah pengusaha di Indonesia masih sekitar 3,1% dari total populasi penduduk atau sekitar 8,06 juta orang. Dari data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengangguran lebih banyak dari pada jumlah pengusaha, hal ini menjadi tantangan untuk bisa meningkatkan jumlah pengusaha sehingga pengangguran dapat berkurang. Remaja Putri Masjid Baitul Makmur adalah Remaja Putri di Dusun Gebang Kel. Wedomartani Kec. Ngemplak Kab. Sleman DIY yang berperan aktif dalam kegiatan Masjid Baitul Makmur. Remaja Putri Masjid Baitul Makmur dijadikan target peserta pelatihan dikarenakan mereka sudah melek teknologi mengingat pelatihan ini akan dilaksanakan secara online. Pelatihan yang akan diberikan kepada Remaja Putri masjid Baitul Makmur adalah pelatihan pembuatan konektor masker dan pemasaran konektor masker secara digital. Setelah mengikuti pelatihan Remaja Putri Masjid Baitul Makmur akan mempraktekkan pembuatan konektor masker di rumah masing-masing dan kemudian memasarkan konektor masker tersebut secara digital. Target luaran dari kegiatan ini adalah publikasi ilmiah prosiding, memperoleh HKI, serta dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan Remaja Putri Masjid Baitul Makmur.

Kata kunci: *Pemerdayaan, Remaja Putri, Konektor Masker, Pemasaran Digital*

1. PENDAHULUAN

Tingginya tingkat pengangguran di Indonesia adalah sebuah masalah yang belum bisa terselesaikan, pada Agustus 2018 tingkat pengangguran terbuka di Indonesia mencapai 5,34 persen [2]. Jumlah pengusaha di Indonesia masih sekitar 3,1% dari total populasi penduduk atau sekitar 8,06 juta orang. Menteri Perindustrian, Airlangga Hartarto mengatakan, meskipun rasio tersebut sudah melampaui standar internasional, yakni sebesar 2%, Indonesia masih perlu menggenjot lagi untuk mengejar capaian negara tetangga. Misalnya, Singapura saat ini sudah mencapai angka 7%, sedangkan Malaysia berada di level 5%. "Maka itu, agar Indonesia menjadi negara maju, pemerintah terus memacu pertumbuhan wirausaha, termasuk Industri Kecil dan Menengah (IKM), sekaligus meningkatkan produktivitas dan daya saingnya di era digital," kata Airlangga [6].

Dari data jumlah pengangguran dan jumlah pengusaha di atas menunjukkan bahwa bangsa Indonesia masih kurang memiliki nilai-nilai

kewirausahaan, karena masih banyaknya jumlah pengangguran dan masih sedikitnya jumlah pengusaha. Jika jumlah pengusaha meningkat maka akan dapat menyerap tenaga kerja sehingga pengangguran akan berkurang, setidaknya dapat membuka usaha untuk dirinya sendiri dan tidak bergantung pada orang lain.

Ketua Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) Bambang Soesatyo menuturkan banyak persoalan yang menyebabkan rendahnya angka wirausaha. Beberapa faktor disebutkan adalah pola pikir masyarakat untuk lebih mencari pekerjaan, rendahnya kapasitas SDM pelaku wirausaha, regulasi yang belum mampu mengatasi persoalan sehingga menghambat perkembangan dunia wirausaha serta kendala dalam mengakses modal. "Permasalahan ini merupakan PR kita bersama. Pihak pemerintah dan masyarakat, terutama pengusaha perlu duduk bersama untuk mencari solusi bagi permasalahan yang ada," kata Bambang Soesatyo [8]. Kurangnya minat berwirausaha di Indonesia mengindikasikan bahwa kurangnya kreatifitas masyarakat Indonesia. Oleh karena itu,

pengembangan kreatifitas pada Remaja Putri dapat menjadi salah satu solusi untuk memecahkan masalah pengangguran di Indonesia.

Remaja Putri Masjid Baitul Makmur adalah Remaja Putri di Dusun Gebang Kel. Wedomartani Kec. Ngemplak Kab. Sleman DIY yang berperan aktif dalam kegiatan Masjid Baitul Makmur. Remaja Putri Masjid Baitul Makmur dijadikan target peserta pelatihan dikarenakan mereka sudah melek teknologi mengingat pelatihan ini akan dilaksanakan secara online. Pelatihan yang akan diberikan kepada Remaja Putri masjid Baitul Makmur adalah pelatihan pembuatan konektor masker dan pemasaran konektor masker secara digital.

Setelah mengikuti pelatihan Remaja Putri Masjid Baitul Makmur akan mempraktekkan pembuatan konektor masker di rumah masing-masing dan kemudian memasarkan konektor masker tersebut secara digital. Target luaran dari kegiatan ini adalah publikasi ilmiah prosiding, publikasi media massa online, serta peningkatan pemahaman dan keterampilan Remaja Putri Masjid Baitul Makmur.

2. METODE PELAKSANAAN

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini telah dilaksanakan pada bulan Oktober 2021. Kegiatan ini menjalin kerjasama dengan Takmir Masjid Baitul Makmur Dusun Gebang Kel. Wedomartani Kec. Ngemplak Kab. Sleman DIY. Tim abdimas melakukan kegiatan pengabdian ini dengan memberikan pelatihan pembuatan konektor masker dan pemasaran konektor masker secara digital, selanjutnya peserta akan mempraktekkan sendiri di rumah masing-masing. Kegiatan pengabdian ini diberikan kepada Remaja Putri Masjid Baitul Makmur dengan peserta berjumlah 20 orang. Pelatihan diberikan kepada Remaja Putri Masjid Baitul Makmur karena berdasarkan survei dan diskusi dengan Takmir Masjid Baitul Makmur bahwa mereka sudah melek teknologi mengingat pelatihan ini dilaksanakan secara online.

Metode Pelaksanaan

Berdasarkan solusi yang ditawarkan pada bab sebelumnya, terdapat 2 hal yang perlu diperhatikan dalam menyusun metode pelaksanaan pelatihan. Pertama adalah metode tahapan kegiatan pelatihan, kedua adalah metode pelaksanaan pelatihan.

Metode tahapan kegiatan pelatihan dilakukan 4 tahap sebagai berikut:

1. Tim abdimas melakukan diskusi dan berkoordinasi dengan Ketua Takmir Masjid Baitul Makmur terkait program pengabdian yang akan dilaksanakan. Pada tahapan ini diperoleh keterangan bahwa kreatifitas dan pengetahuan pemasaran digital Remaja Putri Masjid Baitul Makmur masih sangat kurang. Dari hasil diskusi tersebut saya mengusulkan pelatihan pembuatan konektor masker dan pemasaran digital untuk Remaja Putri Masjid Baitul Makmur.
2. Tim abdimas melakukan koordinasi mengenai bahan-bahan untuk membuat konektor masker dan hal-hal yang perlu disiapkan untuk pemasaran digital, waktu pelaksanaan, dan media yang akan digunakan.
3. Tim abdimas melakukan pengabdian dengan susunan acara pertama: pembukaan, pelaksanaan pengabdian, yaitu memberikan pelatihan pembuatan konektor masker, diskusi dan tanya jawab, penutup. Susunan acara kedua: pembukaan, pelaksanaan pengabdian, yaitu memberikan pelatihan pemasaran digital, diskusi dan tanya jawab, penutup.
4. Tim abdimas membuat laporan pengabdian dan menyerahkan kepada LPM Universitas Amikom Yogyakarta.

Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan 5 tahap sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan pembuatan konektor masker secara online.
2. Diskusi dan tanya jawab mengenai pembuatan konektor masker.
3. Memberikan pelatihan pemasaran digital secara online.
4. Diskusi dan tanya jawab mengenai pemasaran digital.
5. Peserta mempraktekkan pembuatan konektor masker di rumah masing-masing dan kemudian memasarkan konektor masker tersebut secara digital.

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini terbagi menjadi dua kegiatan. Kegiatan pertama pelatihan pembuatan konektor masker dan kegiatan kedua pelatihan pemasaran konektor masker secara digital. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan Remaja Putri Masjid Baitul Makmur dapat mempraktekkan pembuatan konektor masker di rumah masing-masing dan dapat melakukan pemasaran konektor masker secara digital.

Menurut Musbikin [7] kreativitas adalah kemampuan memulai ide, melihat hubungan baru atau tak diduga sebelumnya, kemampuan memformulasikan konsep yang tak sekedar menghafal, menciptakan jawaban baru untuk soal-soal ada, dan mendapatkan pertanyaan baru yang perlu di jawab.

Kreatifitas dapat diidentifikasi menjadi 3 tipe:

1. Menciptakan, yaitu proses pembuatan sesuatu yang belum ada. Misalnya Wright Brothers membuat pesawat terbang, atau Mike Zuckerberg menciptakan Facebook yang sekarang menjadi media sosial paling populer di dunia.
2. Modifikasi, yaitu meniru sesuatu tetapi sebenarnya berbeda. Misalnya modifikasi pada sistem operasi komputer untuk digunakan pada ponsel. Dari ide modifikasi kreatif ini, Android, Windows Phone, iPhone, dan Blackberry muncul.
3. Menggabungkan, yaitu menggabungkan dua hal yang sebelumnya tidak berhubungan. Contoh dari kombinasi kreatif yang brilian adalah Liga Champions Eropa, yang merupakan kombinasi dari olahraga sepak bola dan strategi pemasaran. Kombinasi dari dua kegiatan ini menghasilkan format bisnis baru di bidang olahraga.

Adapun tahap pengembangan ide kreatif adalah sebagai berikut:

1. Belajar

Pembentukan ide-ide desain dimulai dengan pembelajaran dan pemahaman mendalam tentang desain dasar yang ingin diciptakan oleh sribuddies. Pemikiran kreatif harus didukung oleh dasar pengetahuan dan kebijaksanaan yang baik mengenai tren dan perkembangan desain. Meskipun ini bukan kondisi yang mutlak diperlukan untuk mencapai kreativitas, tetapi dengan latar belakang yang kuat dari bidang ini, akan memiliki ide tentang bagaimana menerapkan ide-ide kreatif ke bentuk nyata.

2. Pelatihan

Pelatihan begitu penting untuk mempelajari cara melakukan sesuatu dengan benar. Terlepas dari kenyataan bahwa desain pakaian dengan tangannya sendiri atau dengan menggunakan beberapa perangkat lunak desain, sribuddies harus sepenuhnya terlatih dalam mengoperasikan alat, sehingga tidak mengalami hambatan dalam proses kreatif untuk menghasilkan desain logo. Sebagai seorang desainer grafis, pelatihan sangat penting untuk menjadi efektif dalam menyelesaikan proyek desain secara efektif.

3. Investigasi

Bahkan sebelum mulai membayangkan sebuah ide, sribuddies harus mendapatkan informasi yang cukup tentang klien, termasuk bidang usaha, layanan yang ditawarkannya, karakter perusahaan, dan sebagainya. Kesalahan terburuk dari seorang desainer grafis adalah melompat ke tahap desain, karena sebenarnya fase investigasi ini sangat penting untuk menghasilkan ide-ide faktual dan relevan. Dalam kebanyakan kasus, sribuddies akan mendapatkan informasi ini dari klien ketika dia menjelaskan perancang yang diinginkannya. Namun, jika klien tidak memberikan informasi yang cukup, maka beban adalah tanggung jawab desainer sendiri untuk melakukan penyelidikan penuh terhadap hal-hal yang relevan yang diperlukan dalam mendesain desain.

4. Pencerahan

Setelah pikiran sribuddies diisi dengan data dan informasi yang cukup dan terkait dengan subjek, sekaranglah saatnya bagi sribuddies untuk menghadapi fase pencerahan di mana ide-ide kreatif muncul di benak sribuddies, yang dapat sribuddies gunakan untuk menyelesaikan desain. Pada tahap ini, idenya belum sepenuhnya menetas dan perlu “diinkubasi” agar lebih matang. Paling baik jika sribuddies mulai mencatat hal-hal kecil dan pemikiran yang mulai muncul, sehingga mereka dapat disatukan menjadi desain yang lengkap.

5. Ideasi

Setelah melalui serangkaian fase berat, akhirnya tiba pada tahap awal untuk mendapatkan ide-ide kreatif. Sebutkan saja ide panggung ini (ide + generasi kreatif). Di sini, kita dapat mulai menyaring potongan-potongan kecil kreativitas yang diperoleh Sribuddies pada tahap sebelumnya, dan mengubahnya menjadi ide-ide desain grafis yang cocok. Proses ini melibatkan kemampuan untuk menganalisis desain yang mungkin menarik untuk dilakukan, dan menghilangkannya satu per satu, untuk mendapatkan ide-ide kreatif terbaik.

6. Eksekusi

Satu kesalahpahaman umum dalam dunia desain grafis adalah bahwa, proses kreatif berakhir ketika ide-ide cemerlang muncul. Meskipun tanpa implementasi yang tepat, ide genius akan gagal dan kerja keras sribuddies akan sia-sia. Oleh karena itu, fase eksekusi ini harus dilakukan dengan sangat hati-hati.

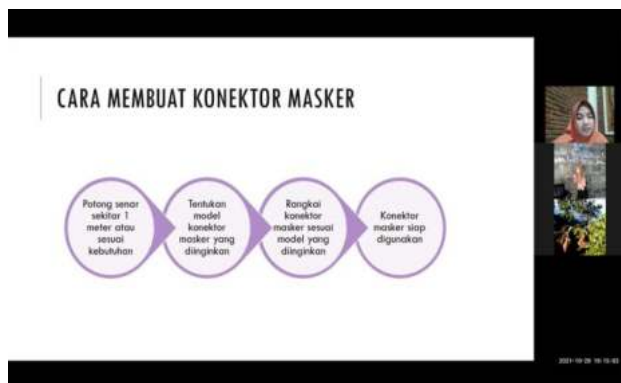
Sebelum melaksanakan pelatihan pembuatan pembuatan konektor masker Tim abdimas membuat video tutorial pembuatan pembuatan konektor masker karena pelatihannya dilakukan secara

daring, kemudian menyiapkan materi mengenai bahan dan tata cara membuat pembuatan konektor masker. Bahan yang digunakan untuk membuat konektor masker ini menggunakan bahan dari manik-manik yang cantik, mudah didapat, dan harganya terjangkau.



Gambar 1. Pelatihan Pembuatan Konektor Masker

Alat dan bahan untuk membuat konektor masker, yaitu manik pasir, manik kristal, manik mutiara, kancing udang, senar, dan gunting (lihat Gambar 1). Setelah bahan-bahan untuk membuat konektor masker sudah disiapkan kemudian dilanjutkan dengan penjelasan tata cara membuat konektor masker. Berikut ini langkah-langkah untuk membuat konektor masker (lihat Gambar 2):



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Konektor Masker

Setelah pemaparan mengenai bahan dan tata cara pembuatan konektor masker, Tim abdimas memutar video pembuatan konektor masker agar para peserta dapat melihat secara langsung praktek pembuatannya. Setelah mengikuti pelatihan pembuatan konektor masker ini Remaja Putri Masjid Baitul Makmur dapat mempraktekkan pembuatan konektor masker di rumah masing-masing.

Kegiatan kedua pelatihan pelatihan pemasaran digital. Digital mengubah cara manusia berbicara, berkomunikasi, bertindak, dan mengambil

keputusan, Digital marketing didefinisikan, kegiatan marketing termasuk branding menggunakan media berbasis online [9]. Menurut Chaffey [3] digital marketing merupakan pemasaran digital, memiliki arti sama dengan pemasaran elektronik (e-marketing). Digital marketing adalah penerapan teknologi digital yang membentuk saluran online (Chanel Online) ke pasar (Website, E-mail, database, digital TV dan berbagai inovasi terbaru termasuk blog, feed podcast dan jejaring sosial) bertujuan memberikan kontribusi kegiatan pemasaran, untuk mendapat keuntungan membangun dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan.

Pemasaran sesuatu yang penting dalam usaha atau bisnis, pemasaran berperan besar menginformasikan dan menyampaikan barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan kepada konsumen. Pemasaran merupakan proses yang melibatkan berbagai macam kegiatan, memungkinkan perusahaan dan individu mendapatkan yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain [1]. Menurut Downey [4] pemasaran diartikan sebagai telaah aliran produk secara fisik serta ekonomik dari produsen melalui pedagang perantara hingga sampai ke tangan konsumen. Dalam pelatihan pemasaran digital kali ini yang dibahas hanya pemasaran digital pada social media instagram dan e-commerce shopee.



Gambar 3. Pelatihan Pemasaran Digital

Setelah mengikuti pelatihan pemasaran digital ini Remaja Putri Masjid Baitul Makmur dapat mempraktekkan untuk membuat akun instagram bisnis dan toko online di shopee di rumah masing-masing, kemudian akun instagram bisnis dan toko online di shopee tersebut dapat digunakan untuk melakukan pemasaran konektor masker secara digital.

Pelatihan pembuatan konektor masker dan pemasaran digital ini dilakukan secara daring melalui zoom meeting. Jumlah peserta yang hadir ada 20 orang (lihat Gambar 5 dan Gambar 6). Kegiatan pelatihan pembuatan konektor masker dan pemasaran digital telah terlaksana sesuai dengan target yang diinginkan. Selama kegiatan berlangsung, Remaja Putri Masjid Baitul Makmur sangat antusias, tekun, dan bersemangat. Setelah mengikuti pelatihan pembuatan konektor masker dan pemasaran digital Remaja Putri Masjid Baitul Makmur dapat mempraktekannya di rumah masing-masing sehingga dapat dijadikan peluang usaha bagi keluarga.



Gambar 5. Peserta Pelatihan Pembuatan Konektor Masker dan Pemasaran Digital



Gambar 6. Peserta Pelatihan Pembuatan Konektor Masker dan Pemasaran Digital

4. KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kegiatan pelatihan pembuatan konektor masker dan pemasaran digital telah terlaksana sesuai dengan target yang diinginkan sehingga setelah mengikuti pelatihan Remaja Putri Masjid Baitul Makmur dapat mempraktekkan pembuatan konektor masker di rumah masing-masing dan

dapat memasarkan konektor masker secara digital.

2. Selama kegiatan berlangsung, Remaja Putri Masjid Baitul Makmur sangat antusias, tekun, dan bersemangat terlihat dari beberapa orang peserta turut berpartisipasi dalam sesi diskusi dan tanya jawab.

Saran

Berdasarkan dari hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, maka saran dari Tim pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Remaja Putri Masjid Baitul Makmur dapat mempraktekkan pembuatan di rumah masing-masing dan dapat memasarkan konektor masker secara digital sehingga dapat dijadikan sebagai peluang usaha bagi keluarga mereka.
2. Remaja Putri Masjid Baitul Makmur dapat membantu mengajarkan keluarga dan tetangga mereka untuk membuat konektor masker dan dapat memasarkan konektor masker tersebut secara digital.

Ucapan Terimakasih

Tim Pengabdian Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu, baik secara moril maupun materil dalam melaksanakan program pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Andi Sunyoto, M.Kom., selaku Direktur Pengabdian Masyarakat Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Emha Taufik, M.kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta.
4. Bapak Angrismono, S.E., M.Ec.Dev., selaku Ketua Program Studi Ekonomi FES Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Bapak Maryono, selaku Ketua Takmir Masjid Baitul Makmur.
6. Semua pihak yang terlibat dan membantu pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- [1] Boyd, Harper W. dkk, 2000, Manajemen Pemasaran–Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global edisi 2 jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- [2] BPS, 2019, Indonesia Dalam Angka, Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- [3] Chaffey, Dave, dkk, 2015, Internet Marketing: Strategy, Implementattion And Practice, Pearson Education Limited, London, England.

- [4] Downey, David, 2002, Manajemen pemanasaran. Edisi Kedua, Erlangga, Jakarta.
- [5] LPM Universitas Amikom Yogyakarta, 2019, Panduan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat Dosen Universitas Amikom Yogyakarta, Amikom, Yogyakarta.
- [6] Hartarto, Airlangga, 2018, Jumlah Pengusaha Indonesia Masih Tertinggal Dari Singapura, Wartaekonomi. Diakses 25 Maret 2019. <https://www.wartaekonomi.co.id/read204928/jumlah-pengusaha-indonesia-masih-tertinggal-dari-singapura.html>
- [7] Musbikin, Imam, 2006, Mendidik Anak Kreatif Ala Einstein, Mitra Pustaka, Yogyakarta.
- [8] Soesatyo, Bambang, 2018, Jumlah Wirausaha Indonesia Baru 3%, Kalah Dengan Malaysia hingga Singapura, okezone. Diakses 25 Maret 2019. <https://economy.okezone.com/read/2018/03/08/320/1869496/jumlah-wirausaha-indonesia-baru-3-kalah-dengan-malaysia-hingga-singapura>
- [9] Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia.