



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
MENGALAKKAN KEGIATAN PENGHIJAUAN AKTIFITAS BERKEBUN TANAMAN HIAS DI MASA PANDEMI Prasetyo Febriarto, Rezki Satris	346-351
STRATEGI BRANDING DAN INSTAGRAM MARKETING UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA AZKA ROTI Rakhma Shafrida Kurnia	352-357
PENGENALAN MODEL HUNIAN SEHAT PRODUKTIF DI LINGKUNGAN PERKOTAAN UNTUK KELUARGA SEJAHTERA DI MASA PANDEMI COVID19 RR. Sophia Ratna Haryati	358-364
LITERASI DAN INISIASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI TENGAH PANDEMI COVID-19 DALAM RANGKA MENINGKATKAN KUALITAS HIDUP MASYARAKAT Renindya Azizza Kartikakirana, Dwi Pela Agustina	365-370
PELATIHAN STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA UKM PUKIS KLATEN Ria Andriani , Ahmad Sa'di	371-376

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

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

PEMBUATAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENJUALAN BEEIS MADU

M. Nuraminudin¹⁾, Tisih Lara Bangun Sasongko²⁾

^{1),2)} Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Yogyakarta
Email : adin.5829@amikom.ac.id ¹⁾, tisih.0223@students.amikom.ac.id ²⁾

Abstrak

Madu Beeis adalah produk UMKM yang sudah ada sejak tahun 2018. Selain madu, diproduksi juga produk lain yang berupa kopi dengan nama Sweta Coffee. Namun hingga saat ini, omzet rata-rata dari penjualan semua varian produk setiap bulannya hanya mencapai sekitar 5-6 juta rupiah. Salah satu permasalahan yang dialami adalah proses pemasaran dan promosinya yang masih melalui mulut ke mulut dan belum tersedianya informasi mengenai berbagai varian produk yang dapat diakses oleh masyarakat secara mudah. Berdasarkan masalah tersebut solusi yang tepat adalah dengan membuat sebuah website yang dapat menyediakan informasi mengenai varian produk madu Beeis serta mendukung kegiatan transaksi yang dapat diakses oleh masyarakat umum dengan mudah dan cepat.

Target luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebuah website yang dapat digunakan oleh madu Beeis untuk melakukan promosi serta menjual produk-produk madu Beeis. Selain website, luaran lain adalah adanya pelatihan manajemen konten website kepada karyawan madu Beeis agar dapat menggunakan media website dengan maksimal.

Kata kunci: E-Commerce, Website, Penjualan, Promosi

Abstract

Beeis honey is an UMKM's product that has been around since 2018. Apart from honey, other products such as coffee are also produced under the name Sweta Coffee. However, until now, the average turnover from sales of all product variants each month only reaches around 5-6 million rupiah. One of the problems experienced is the process of marketing and promotion which is still through word of mouth and the unavailability of information about various product variants that can be easily accessed by the public. Based on these problems, the right solution is to create a website that can provide information about Beeis honey product variants and support transaction activities that can be accessed by the general public easily and quickly.

The output target of this community service activity is a website that can be used by Beeis honey to promote and sell Beeis honey products. In addition to the website, another outcome is the existence of website content management training for Honey Beeis employees so that they can use the website media to the fullest.

Keywords: E-Commerce, Website, Sales, Promotion

1. PENDAHULUAN

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM bisa dideskripsikan sebagai bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Penggolongan UMKM lazimnya dilakukan dengan batasan omzet per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan [1][2]. Madu Madu Beeis adalah produk UMKM yang sudah ada

sejak tahun 2018. Selain madu, mulai tahun 2020 Beeis juga memproduksi produk baru berupa kopi yang diberi nama Sweta Coffee. Usaha ini dirintis oleh pemiliknya yang bernama Seta Pausa Makahekum yang bekerjasama dengan petani madu.

Seta tidak memiliki peternakan lebah sendiri untuk menghasilkan madunya, melainkan bekerjasama

dengan petani dalam memproduksi madu. Uniknya, madu Beeis bukan merupakan madu murni melainkan madu khusus yang sudah diolah menggunakan racikan khusus yang dirahasiakan sehingga menghasilkan produk madu yang lebih sehat dan bergizi dibandingkan madu murni. Racikan khusus inilah yang menjadi kunci produk madu Beeis. Untuk proses pengolahan madunya sendiri, Seta bekerjasama dengan pabrik madu yang menjamin kerahasiaan resep racikan madu Beeis. Sedangkan untuk produk kopi, Seta juga tidak memiliki perkebunan kopi sendiri melainkan membeli langsung biji kopi dari petani yang kemudian diolah dan diracik menjadi bubuk kopi yang berkhasiat tinggi serta nikmat. Berbeda dengan madu Beeis, produk Sweta Coffee diracik dan diolah sendiri oleh Seta dan karyawannya.

Namun hingga saat ini, omzet rata-rata dari total penjualan semua varian produk setiap bulannya hanya mencapai sekitar 5-6 juta rupiah. Tentu saja dengan omzet tersebut, Seta kesulitan untuk menggaji karyawannya. Salah satu permasalahan yang dialami adalah proses pemasaran dan promosinya yang masih melalui mulut ke mulut dan belum tersedianya informasi mengenai berbagai varian produk yang dapat diakses oleh masyarakat secara mudah.

Masalah lain yang dialami oleh Beeis adalah proses penjualan produk yang saat ini masih menggunakan media chat Whatsapp dan telepon untuk melakukan transaksi jual beli produk. Hal ini menyebabkan banyak calon pembeli yang mengurungkan niatnya untuk membeli produk Beeis, dikarenakan proses yang rumit dari pemesanan hingga pengecekan pengiriman produk. Hal ini juga membuat sulit karyawan Beeis dalam mencatat dan meng-update transaksi yang masuk karena harus mencari manual di chat Whatsapp.

Berdasarkan analisis situasi, hasil diskusi melalui whatsapp, serta diskusi secara langsung dengan pihak Beeis Madu, terdapat beberapa permasalahan pada Beeis Madu antara lain Tidak tersedia media penyampaian informasi mengenai produk-produk Beeis Madu yang dapat diakses setiap saat secara *real time*; dan Kesulitan dalam proses penjualan produk Beeis Madu, terutama dalam hal pencatatan transaksi yang masih tidak efisien. Tujuan diadakannya kegiatan ini adalah untuk membantu Beeis madu dalam mempromosikan dan

menjual produk-produk yang diproduksinya sehingga diharapkan mampu mendongkrak omzet dari Beeis Madu.

2. METODE PELAKSANAAN

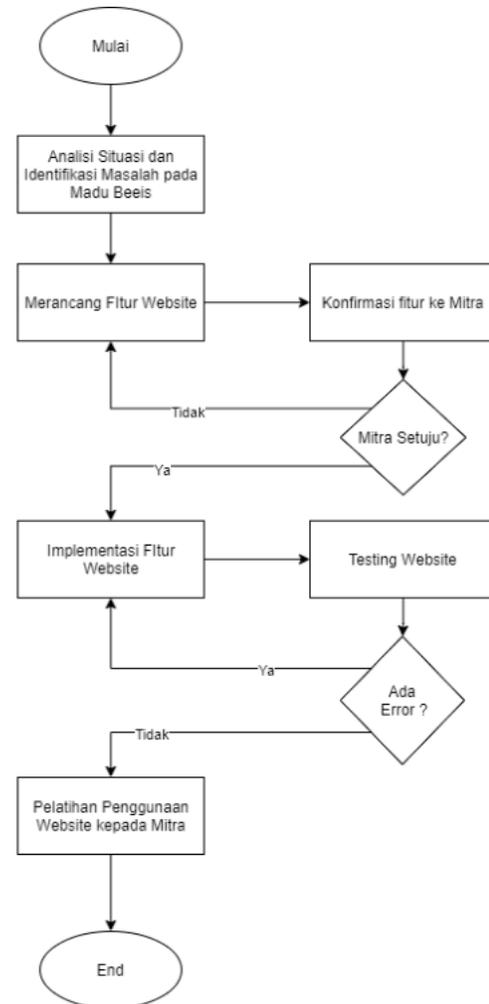
Metode Pelaksanaan kegiatan ini disesuaikan dengan solusi serta target luaran yang sudah dijelaskan sebelumnya. Adapun metode pelaksanaan kegiatan akan dijelaskan pada Tabel 1.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

No	Solusi	Target Luaran	Metode Pelaksanaan
1	Membuatkan website yang dapat digunakan untuk penyampaian informasi dan promosi	Website dengan fitur mengunggah informasi berbagai macam produk Beeis	Pengumpulan data melalui wawancara dengan owner / pemilik untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang data dan fitur lengkap yang diperlukan pada website, membuat website berbasis Wordpress.
2	Menambahkan fitur e-commerce pada website yang bisa digunakan untuk menjual produk sekaligus pencatatan riwayat transaksi	Website dengan fitur penjualan produk oleh admin dan pembelian produk oleh pengunjung	Pengumpulan data melalui wawancara dengan owner / pemilik untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang data dan fitur lengkap yang diperlukan pada website, membuat website berbasis Wordpress.

No	Solusi	Target Luaran	Metode Pelaksanaan
3	Memberikan pelatihan kepada karyawan tentang cara menyampaikan informasi melalui website	Pelatihan manajemen konten informasi menggunakan website	Praktikum melakukan upload konten informasi dalam bentuk Blog Post atau Page pada website. Praktikum diadakan secara luring atau tatap muka langsung. Materi ini akan diselenggarakan selama 1 sesi pertemuan.
4	Memberikan pelatihan kepada karyawan tentang cara manajemen produk dan transaksi melalui website	Pelatihan manajemen produk dan transaksi menggunakan website	Praktikum melakukan upload konten produk, menerima pesanan transaksi, dan memproses transaksi hingga barang terkirim menggunakan website. Praktikum diadakan secara luring atau tatap muka langsung. Materi ini akan diselenggarakan selama 1 sesi pertemuan.

Jika digambarkan, maka diagram alur kegiatan pengabdian masyarakat pada Beeis Madu dapat digambarkan seperti pada Gambar 1



Gambar 1. Alur Kegiatan Pengabdian Masyarakat Pada Beeis

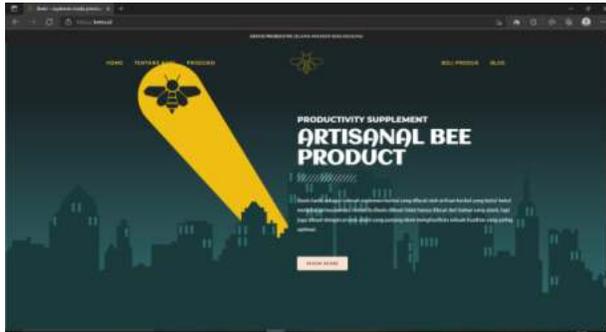
3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

A. Implementasi Fitur Penyampaian Informasi

Berdasarkan permasalahan pada mitra, fitur pertama yang dibutuhkan adalah bagaimana bisa menyampaikan informasi mengenai produk-produk Beeis Madu serta ketersediaannya. Lalu mitra juga membutuhkan wadah untuk membagikan informasi mengenai promosi dan informasi lain guna menambah publisitas Beeis Madu dengan

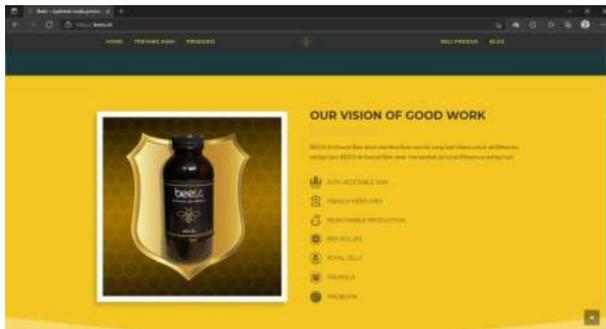
masyarakat umum. Sehingga dibuatlah sebuah website dengan fitur sebagai berikut :

1. Homepage yang dapat diisi berbagai informasi penting



Gambar 2. Banner Pada Homepage

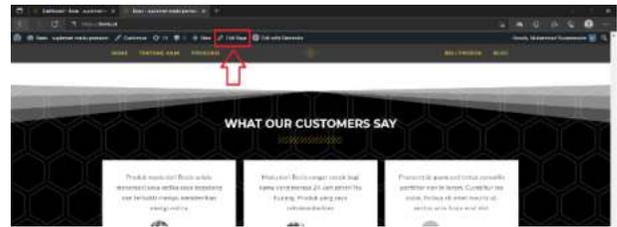
Pada *homepage* website disediakan wadah untuk penyampaian berbagai informasi yang penting dan perlu diketahui oleh khalayak umum mengenai Bees Madu, diantaranya seperti yang terlihat pada Gambar 2, Gambar 3.



Gambar 3. Informasi Keunggulan Bees

Pada homepage juga dapat diimplementasikan fitur untuk menambahkan testimony pembeli-pembeli sebelumnya agar kepercayaan calon pembeli terhadap produk madu dari Beesis meningkat.

Semua informasi yang ada pada *homepage* dapat diubah secara manual melalui tombol *Edit Page* yang dapat diakses jika pengguna sudah melakukan login sebagai Admin website seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Tombol untuk Mengedit Informasi Homepage

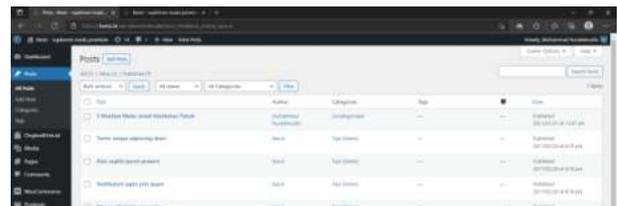
2. Blog

Untuk dapat menyampaikan informasi-informasi terkini mengenai Bees Madu, disediakan fitur *Blog*. Blog adalah website berupa media online yang berisi konten dalam bentuk artikel, video, dan foto yang dikelola oleh seorang blogger atau beberapa penulis sekaligus. Manfaat blog bagi bisnis adalah sebagai branding, publikasi, hingga mempromosikan produk.



Gambar 5. Halaman Blog

Gambar 5 adalah halaman blog yang bisa diakses oleh semua pengunjung website Bees. Sedangkan Admin website dapat menambahkan, merubah, dan menghapus informasi yang ada pada blog melalui menu Post pada dashboard Admin website, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 6. Manajemen Blog Pada Dashboard Admin

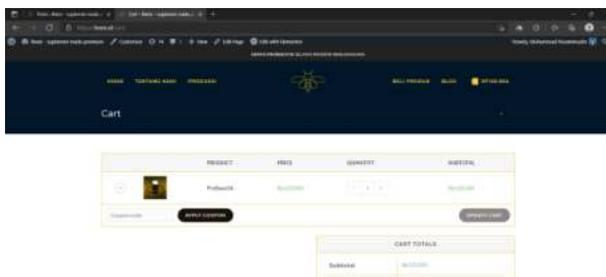
B. Implementasi Fitur E-Commerce

Selanjutnya, fitur yang dibutuhkan adalah bagaimana calon pembeli dapat melakukan

transaksi dengan mudah. Karyawan dari Beeis Madu pun membutuhkan fitur agar dapat mengelola transaksi dengan baik dan mendapatkan laporan transaksi dengan mudah.

1. Fitur Transaksi Bagi Pengunjung

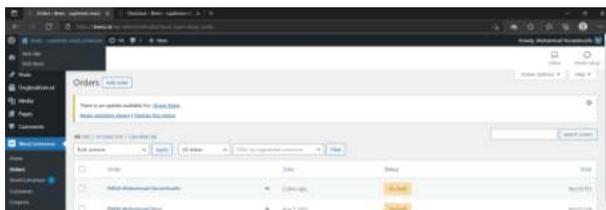
Pada website Beeis disediakan menu **Beli Produk** yang dapat diakses oleh semua pengunjung website. Didalamnya terdapat produk-produk yang dijual oleh Beeis dan produk-produk dapat ditambahkan ke keranjang belanja dengan mudah oleh pengunjung dengan hanya melalui 1 klik saja. Gambar 7 Menunjukkan produk yang sudah dimasukkan ke dalam keranjang belanja. Setelah dimasukkan ke keranjang belanja, pengunjung dapat Checkout untuk selanjutnya mengisi data pembelian dan melakukan pembayaran.



Gambar 7. Fitur Keranjang Belanja

2. Fitur Manajemen Transaksi

Admin dapat melakukan manajemen transaksi melalui menu *Woocommerce* pada dashboard Admin seperti yang terlihat pada Gambar 8 disini admin dapat merubah status transaksi, dari konfirmasi pembayaran hingga transaksi selesai (barang diterima oleh pembeli). Pencarian transaksi pun mudah dilakukan.

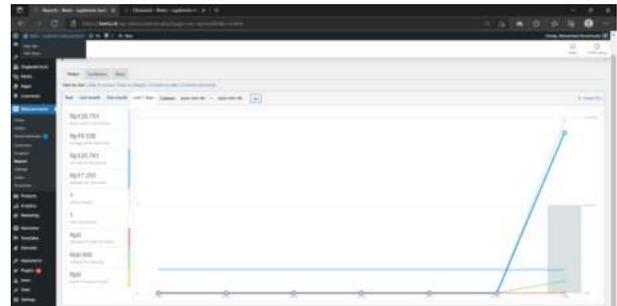


Gambar 8. Fitur Manajemen Transaksi

3. Fitur Laporan Transaksi

Admin juga dapat *men-generate* laporan transaksi, pelanggan, dan stok produk dengan mudah melalui

menu Reports pada *Woocommerce* seperti yang terlihat pada Gambar 9.

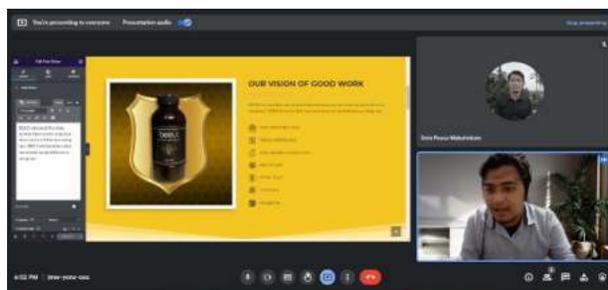


Gambar 9. Fitur Laporan Transaksi

C. Pelatihan Penggunaan Website Beeis

Sebagai bentuk *transfer knowledge*, agar pihak Beeis Madu tetap bisa menggunakan website setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini selesai maka diadakan pelatihan penggunaan website Beeis yang rencananya ditujukan kepada *owner* dan karyawan Beeis Madu. Namun ternyata, karena terdampak pandemi Covid, karyawan Beeis Madu terpaksa harus dirumahkan dan pelatihan hanya bisa diikuti oleh *owner* Beeis Madu.

Selain itu, awalnya rencana pelatihan diadakan secara luring atau tatap muka. Namun karena kondisinya tidak memungkinkan, pelatihan diadakan secara daring melalui platform Google Meet seperti yang terlihat pada Gambar 10. Untuk mempermudah pemahaman dalam pelatihan, disediakan juga modul atau panduan pelatihan yang bisa digunakan dan masih relevan bahkan sampai kegiatan ini telah lama berakhir. Pembuatan modul pelatihan dibantu oleh seorang mahasiswa karena materi yang *di-cover* didalamnya cukup banyak yaitu dari merubah informasi *homepage*, manajemen blog, hingga manajemen transaksi dan *men-generate* laporan transaksi.



Gambar 10. Pelatihan Daring Penggunaan Website Beeis

D. Serah Terima Website Beeis

Setelah berdasarkan hasil wawancara website sudah memenuhi kebutuhan Beeis Madu, selanjutnya diadakan serah terima barang berupa website Beeis yang sudah dikembangkan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 11. Owner Beeis Madu pun setuju untuk mendaftarkan website ini sebagai HKI.



Gambar 11. Serah Terima Website Beeis

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan dapat diambil kesimpulan bahwa website Beeis merupakan solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh Beeis Madu saat ini. Melalui fitur penyampaian informasi dan *e-commerce*-nya diharapkan website Beeis dapat mendongkrak penjualan produk-produk Beeis Madu kedepannya. Pelatihan penggunaan website pun bermanfaat agar website yang sudah dibangun tetap bisa digunakan dan dimanfaatkan sampai kapanpun.

Untuk selanjutnya, diharapkan penggunaan website Beeis dapat lebih intensif terutama di bagian penyebaran informasi seperti *blog* karena sangat efektif dalam publikasi produk-produk Beeis

Madu. Selain itu, diperlukan juga pelatihan penerapan teknik SEO (Search Engine Optimization) yang tepat guna lebih mendongkrak popularitas website Beeis di mesin pencari seperti Google. Diharapkan juga setelah pandemi berakhir dan Beeis Madu dapat kembali merekrut karyawan, *transfer knowledge* penggunaan website Beeis dapat dilakukan dengan baik kepada para karyawan.

Ucapan Terimakasih

Terimakasih kepada LPPM Universitas Amikom Yogyakarta atas pendanaan dan bimbingannya dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sehingga dapat berlangsung dengan lancar dan baik. Terimakasih juga Seta Pausa Makahekum selaku owner dari Beeis Madu yang telah bekerjasama dalam penyelenggaraan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Suci, Yuli R. "Perkembangan UMKM (USAha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia." *Cano Ekonomos*, vol. 6, no. 1, 2017, pp. 51-58.
- [2] Undang-Undang No.20 Pasal 1 dan Pasal 6 Tahun 2008 <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Documents/Undang-Undang%20Nomor%2020%20Tahun%202008%20Tentang%20Usaha%20Mikro,%20Kecil,%20dan%20Menengah.pdf> (diakses 13/4/2021).
- [3] Prayitno, Agus and Safitri, Yulia, 2015, "Pemanfaatan Sistem Informasi Perpustakaan Digital Berbasis Website Untuk Para Penulis", *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, Vol. 1, No.1, Juni
- [4] Handayani, S. (2018). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS E-COMMERCE STUDI KASUS TOKO KUN JAKARTA. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 10(2), 182-189. doi:<https://doi.org/10.33096/ilkom.v10i2.310.182-189>