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 MASYARAKATMELALUI 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 kehadirat 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 pengabdi 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 melaui proses review dan editing.

Kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh pemakalah yang telah bersedia mempublikasikan makalah hasil pengabdiannya 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 masukkan 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

	Halaman
PEMBUATAN PERANGKAT BELAJAR SECARA ONLINE KEPADA GURU PAUD KB RUMAH ANAK PINTAR ISLAMI (RAPI) Ade Pujianto	**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 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 AISYIYAH 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 **281-286**
Majid Rahardi

IKLAN UNTUK MENINGKATKAN PENYEBARAN INFORMASI PADA STARTUP MATRASH YOGYAKARTA DENGAN MOTION GRAFIS **287-292**
Mei Parwanto Kurniawan , Deden Maulana Yusuf

PENGEMBANGAN STRATEGI PROMOSI PARIWISATA DESA LEDHOK BLOTAN MELALUI MEDIA SOSIAL **293-298**
Monika Pretty Aprilia

MENINGKATKAN TRANSFORMASI BISNIS DENGAN PENGELOLAAN TRANSAKSI PENJUALAN MENGGUNAKAN APLIKASI KASIR BERBASIS ANDROID **299-304**
Moch Farid Fauzi, Alfie Nur Rahmi

MEMBANGUN WEBSITE SEBAGAI PENUNJANG PROMOSI SEKOLAH “SMK BINA HARAPAN SLEMAN" **305-310**
Muhammad Misbahul Munir

PENGENALAN APLIKASI GOOGLE FORM DALAM PEMBELAJARAN JARAK JAUH BAGI GURU DI SLB C WIYATA DHARMA 2 SLEMAN **311-315**
Ninik Tri Hartanti

PELATIHAN TEKNIK DASAR FOTOGRAFI SMARTPHONE SEBAGAI MEDIA MENUMBUHKEMBANGKAN KREATIVITAS BAGI PEMUDA PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA DRONO, KLATEN **316-321**
Ni’mah Mahnunah, Irfan Rifani, Vanny Namiroh

PELATIHAN FOTO PRODUK UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN DIGITAL TOKO DELAPAN BAKERY **322-327**
Nurfian Yudhistira

MENINGKATKAN BRANDING DAN LAYANAN DIGITAL PADA BUMI PERKEMAHAN TAMAN TUNAS WIGUNA BABARSARI **328-333**
Nuri Cahyono

PENYULUHAN DESA WISATA ALAM SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KAPASITAS WARGA DAN KUALITAS LINGKUNGAN DESA JONGGRANGAN **334-339**
Nurizka Fidali

PENINGKATAN LITERASI DIGITAL: PEREMPUAN CERDAS TANGKAL BERITA HOAKS **340-345**
Novita Ika Purnamasari, Roghaya Indah Pratiwi , Razan Arvin Pradipa

MENGGALAKKAN KEGIATAN PENGHIJAUAN AKTIFITAS BERKEBUN TANAMAN HIAS DI MASA PANDEMI **346-351**
Prasetyo Febriarto, Rezki Satris

STRATEGI BRANDING DAN INSTAGRAM MARKETING UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA AZKA ROTI **352-357**
Rakhma Shafrida Kurnia

PENGENALAN MODEL HUNIAN SEHAT PRODUKTIF DI LINGKUNGAN PERKOTAAN UNTUK KELUARGA SEJAHTERA DI MASA PANDEMI COVID19 **358-364**
RR. Sophia Ratna Haryati

LITERASI DAN INISIASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI TENGAH PANDEMI COVID-19 DALAM RANGKA MENINGKATKAN KUALITAS HIDUP MASYARAKAT **365-370**
Renindya Azizza Kartikakirana, Dwi Pela Agustina

PELATIHAN STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA UKM PUKIS KLATEN **371-376**
Ria Andriani , Ahmad Sa’di

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 Suprapto, 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 Suprapto

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

PENGELOLAAN DATA SISWA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI 2 DEPOK SLEMAN DEPOK BERBASIS WEBGIS 477-481
Widiyana Riasasi

APLIKASI MOBILE SMART EDU-ECON SEBAGAI PENGEMBANGAN TEKNIK MENGAJAR PADA PELAJARAN EKONOMI KELAS X 482-487
Yuli Astuti, Angga Arindra Shonta, Irma Rofni Wulandari , Wiwi Widayani , Erni Seniwati

STRATEGI PENINGKATAN OMSET DENGAN DIGITAL MARKETING DI UMKM BATIK JUMPUTAN (ROEMAH DJOEMPOETAN SRIHADI) 488-493
Yusuf Amri Amrullah

PELATIHAN DAKWAH DIGITAL BAGI PARA DA'I JAM'IYYAH MUBALLIGHIN SUNAN PANDANARAN (JAMUSPA) MUDA DI YOGYAKARTA 494-499
Zahrotus Saidah, Sri Mulyani Majid

WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI SHOES CLEANING CARE CLEANROOM PADA ERA PANDEMI COVID-19 500-505
Dwi Nurani

WEBSITE COMPANY PROFILE BANK SAMPAH "SUMBER BERKAH" 506-511
Rumini

PEMANFAATAN TEKNOLOGI AUGMENTED REALITY UNTUK MEMBANTU PROSES BELAJAR DAN MENGAJAR ANAK-ANAK 512-517
Mulia Sulistiyono, Andi Sunyoto, Muhammad Adli Zul Hazmi

PEMANFAATAN TEKNOLOGI BERBASIS CLOUD UNTUK MENDUKUNG KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR SEKOLAH DI MASA PANDEMI 518-523
Achimah Sidauruk

PENDAMPINGAN BRANDING DAN PACKAGING UMKM KELUARGA PRA SEJAHTERA 524-529
Ahlihi Masruro

PEMANFAATAN MARKETPLACE DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN BAGI PENJUALAN PRODUK UMKM 530-535
Andika Agus Slameto

PELATIHAN PEMBUATAN MEDIA AJAR BERBASIS VIDEO DAN FOTO UNTUK GURU SEKOLAH TAMAN KANAK-KANAK 536-541
Muhammad Tofa Nurcholis

PELATIHAN PROGRAM MADRASAH DIGITAL DI PONPES SAAT PANDEMI COVID-19 542-547
Muhammad Idris Purwanto

REALISASI KONSEP FRAMING SABLON DAN PELATIHAN PENGGUNAAN ALAT SABLON PRESISI FRAMING PADA KONVEKSI 548-553
Bernadhed

PELATIHAN MANAJEMEN KONTEN MEDIA SOSIAL DAN WEB PROFILING PADA KONVEKSI BERKART 554-559
Rum M Andri

REDESIGN KEMASAN PRODUK DAN PENGADAAN DAN PELATIAN MESIN PRESS KEMASAN UNTUK UKM MAMA YUMMY 560-565
Yudhi Sutanto

PELATIHAN MANAJEMEN KELAS DARING UNTUK GURU SMK ISLAM MOYUDAN YOGYAKARTA DI MASA PANDEMI COVID-19 566-571
Rizqi Sukma Kharisma

ISSN : 2615-2657

MENINGKATKAN PERFORMA AREA WISATA DENGAN SISTEM ZONASI DAN PENINGKATAN KAPASITAS PEDAGANG

Septi Kurniawati Nurhadi[1*], Gardana Purnama[2]

[1]*Program Studi Arsitektur, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Amikom Yogyakarta, Indonesia*
[2]*Dinas Perdagangan Kabupaten Bantul, D.I. Yogyakarta, Indonesia*

*Penulis Korespodensi : septikurdi@amikom.ac.id

Abstrak

Pengabdian masyarakat merupakan suatu proses edukasi kepada masyarakat dengan tujuan untuk memperbaiki kehidupan masyarakat ataupun lingkungan sekitarnya. Terlebih lagi dengan adanya bencana non alam Corona Virus Disease 2019 (covid-19) yang sedang terjadi. Banyak masyarakat yang terkena dampak dari pandemi ini, baik dari segi sosial, ekonomi pendidikan, dan kesehatan. Pasar Kebon Empring Bintaran merupakan suatu destinasi wisata yang terkenal dan sudah ada sejak tahun 2018. Pasar ini menawarkan wisata alam dengan keasrian lingkungan yang masih tetap dipertahankan. Berawal dari sebuah komunitas, Pasar Kebon Empring Bintaran ini mulai menunjukkan eksistensinya dengan terus melakukan inovasi, pembenahan dan penataan. Pedagang pasar yang mayoritas adalah ibu rumah tangga, banyak yang belum memiliki jiwa wirausaha sehingga ketika Covid-19 melanda banyak yang belum bisa bangkit. Motivasi dan inovasi yang kurang mengakibatkan pertumbuhan Pasar Kebon Empring Bintaran belum bisa keluar dari dampak pandemi covid-19 ini. Diharapkan dengan diadakannya penyuluhan tentang layanan prima, sharing session dengan pengusaha diharapkan bisa menambah keterampilan pedagang dalam mengelola dagangannya, serta dapat menumbuhan jiwa wirausaha dan berinovasi dalam berdagang. Penataan kembali (re-layout) pasar menggunakan sistem zonasi diharapkan dapat mempermudah pengunjung dalam mencari sajian kuliner yang diinginkan sehingga dapat menjadi poin tambahan dalam destinasi wisata.

Kata kunci*: Womanpreneur, Layanan Prima, Zonasi Pasar*

Abstract

Community service is a process of educating the community to improve the community's life or the surrounding environment. Especially with the non-natural disaster Corona Virus Disease 2019 (covid-19), that is happening. Many people have been affected by this pandemic, social, economic, education, and health. The Kebon Empring Bintaran Market is a well-known tourist destination and has been around since 2018. This market offers natural tourism with a beautiful environment that is still maintained. Starting as a community, Pasar Kebon Empring Bintaran has begun to show its existence by innovating, improving, and organizing. The leading market traders are housewives, many of whom do not yet have an entrepreneurial spirit, so when Covid-19 hit, many were unable to rise. The motivation and innovation that have not resulted in the growth of the Kebon Empring Bintaran Market have not been able to get out of the impact of this covid-19 pandemic. It is hoped that by holding training for excellent service, sharing sessions with entrepreneurs are expected to increase the skills of traders in managing their merchandise and foster an entrepreneurial spirit and sport in business. Market re-layout using a zoning system is expected to make it easier for visitors to find the desired culinary offerings so that they can become additional points in tourist destinations.

Keywords*: Womanpreneur, Excellent Service, Market Zoning*

ISSN : 2615-2657

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan destinasi wisata berbasis komunitas akhir-akhir ini semakin menjamur. Pemberdayaan masyarakat sekitar dalam mengelola dan mengembangkan pariwisata sangat penting, karena dampak dan manfaatnya akan kembali lagi ke masyarakat itu sendiri (Syah, 2019). Manfaat yang dapat dirasakan adalah peningkatan kesejahteraan masyarakat karena melihat peluang usaha yang dapat dilakukan utuk menambah atau memperbaiki kondisi perekonomian. Selain itu, pengembangan area wisata dalam meningkatkan performa sebuah destinasi wisata juga dapat mempengaruhi dan berdampakpada lingkungan sekitar.

Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan memiliki beberapa syarat, antara lain : (1) Memiliki prinsip pengembangan yang mengedepankan aspek pelestarian dan dan berorientasi jangka panjang, (2) Menekankan nilai manfaat yang lebih besar untuk masyarakat sekitar, (3) Memiliki prinsip pengelolaan yang tidak merusak dan berjangka panjang dari segi sosial, budaya dan ekonomi, (4) Memiliki kesadaran untuk bersinergi antara kebutuhan wisatawan, lingkungan hidup, dan masyarakat lokal, (5) Pengembangan yang lebih diarahkan ke warisan budaya dan lingkungan hidup (Lubis, 2006). Keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata melibatkan 7 unsur yang harus dimiliki untuk menarik wisatawan (Waluyo). Prinsip tersebut dikenal dengan istilah Sapta Pesona. Sapta Pesona terdiri dari : (1) aman, (2) tertib, (3) bersih, (4) sejuk, (5) indah, (6) ramah, dan (7) kenangan. Selain itu, terdapat indikator yang digunakan dalam membentuk sebuah desa wisata, yaitu : (1) potensi atraksi, (2) kapasitas manajerial pengelola, (3) peran serta masyarakat, (4) sarana dan prasana, (5) pemasaran dan promosi, (6) aksesibilitas, serta (7) kepemilikan aset (Nurhadi, 2018)

Di era pandemi Covid-19 ini pertumbuhan sebuah destinasi wisata mengalami kendala. Hal tersebut menjadi tantangan bagi pihak pengelola untuk bisa *survive*. Tantangan terbesar adalah penurunan jumlah wisatawan yang mempengaruhi terhadap pendapatan sebuah area wisata.

Kalurahan Srimulyo, Kapanewon Piyungan, Kabupaten Bantul saat ini memiliki 17 (tujuh belas) destinasi wisata yang melibatkan masyarakat sekitar dalam pengembangannya. Salah satunya adalah Pasar Kebon Empring Bintaran. Pasar Kebon Empring Bintaran merupakan destinasi wisata yang dikembangkan oleh komunitas dan menjadi destinasi wisata dengan kunjungan terbanyak dibanding beberapa destinasi wisata lain di kalurahan Srimulyo.

Berawal dari tahun 2018, pasar ini hanya memiliki 7 (tujuh) pedagang. Kemudian seiring berkembangnya waktu, pasar ini telah memiliki 32 (tiga puluh dua) pedagang makanan dan 5 (lima) pedagang non makanan (souvenir). Perkembangan ini tak lepas dari animo ibu-ibu rumah tangga yang ingin menambah penghasilan untuk keluarganya.

Sebelum pandemi covid-19, penghasilan dari berdagang di Pasar Kebon Empring Bintaran dalam satu minggu dapat meraup untung rata-rata Rp. 5.000.000,- per pedagang. Namun saat pandemi, terlebih saat diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Mikro (PSBM) pendapatan yang diraup hanya sekitar 40% dari sebelum pandemi. Seiring berjalannya waktu dengan diterapkankan new normal (kebiasaan baru) maka pengunjung Pasar Kebon Empring Bintaran sudah mulai bergeliat lagi, untuk hari sabtu dan minggu bisa mencapai 3.000 (tiga ribu) lebih pengunjung yang datang, tetapi hal itu tidak terlalu berdampak signifikan untuk pedagang yang berdagang di Pasar Kebon Empring.

Setelah dilakukan pengamatan awal, ternyata ada beberapa faktor yang menjadi kendala sehingga pendapatan pedagang menurun. Adapun untuk faktor eksternal adalah daya beli pengunjung yang turun karena pandemi Covid-19. Sedangkan dari faktor internal adalah kurangnya motivasi dan inovasi dari para pedagang di Pasar Kebon Empring, sehingga membuat pengunjung jenuh atau bahkan kurang tertarik untuk membeli dagangan para pedagang di Pasar Kebon Empring Bintaran. Selain itu, karena *basic* dari pedagang adalah ibu rumah tangga sehingga tidak semua pedagang mempunyai semangat berwirausaha yang menggelora untuk segera bangkit dari pandemi covid-19 dan rata-rata pedagang belum memahami mengenai ilmu manajemen, sehingga perputaran keuangan dalam berdagang menjadi campur baur dengan keuangan rumah tangga. Sehingga keuntungan yang didapat selama berdagang menjadi bias.

Pelayanan dalam sebuah perdagangan atau jasa menjadi poin penting untuk menarik pengunjung dalam sebuah destinasi wisata. Kualitas pelayanan berbanding lurus dengan kepuasan pengunjung. Dalam segi pelayanan, pedagang kurang menerapkan pelayanan yang maksimal. Contohnya seperti waktu tunggu makanan disajikan kepada pengunjung cukup lama, beberapa pedagang dalam mengemas sajian kulinernya pun kurang menarik.

Mayoritas pedagang yang saat ini ada di Pasar Kebon Empring adalah kuliner. Untuk mewadahi transaksi kuliner perlu adanya wadah yang ditata dengan baik serta adanya pola dalam penataan wadah transaksi kuliner yang menjadi poin tambahan dalam destinasi wisata. Terdapat 10 aspek yang perlu dilihat dalam pemanfaatan lahan, yaitu : (1) adanya aktivitas, (2) *setting* aktivitas, (3) lingkungan, (4) keamanan, (5) keindahan, (6) kemudahan, (7) kenyamanan psikologis, (8) kenyamanan fisik, (9) simbol kepemilikan, (10) kebijakan dalam penggunaan serta biaya (Nurhadi,

ISSN : 2615-2657

2014). Saat ini layout area transaksi kuliner masih campur, belum adanya penataan atau penzoningan. Hal tersebut dapat membuat pengunjung merasa bingung karena tidak ada informasi serta sistem zonasi

2. BAHAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan suatu proses edukasi kepada masyarakat dengan tujuan untuk memperbaiki kehidupan masyarakat ataupun lingkungan sekitarnya. Sebagai permulaan yang menjadi sasaran edukasi ini adalah pedagang dan pengelola dari Pasar Kebon Empring Bintaran. Karena pengelola dan pedagang merupakan garda terdepan dalam menjamin kepuasan pelanggan baik dari pelayanan, fasilitas, produk dan kualitas makanan – minuman. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini terbagi menjadi beberapa tahapan, yaitu :

1. Tahap persiapan
   Tahap persiapan dilakukan dengan mengadakan FGD (*Focus Group Discussion*) antara Pak Dukuh Bintaran dan ketua pengelola Pasar Kebon Empring Bintaran. FGD ini bertujuan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dan memberikan gambaran mengenai kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilakukan. Melakukan survey lapangan untuk mengetahui permasalahan dan potensi yang ada di Pasar Kebon Empring Bintaran secara langsung.
2. Tahap pelaksanaan
   Kegiatan yang akan dilaksanakan dalam tahap ini antara lain :
   a. Penyuluhan mengenai layanan prima untuk pedagang dalam melayani pengunjung sehingga akan tercipta branding yang kuat dari setiap pedagang dalam menarik para pengunjung untuk membeli produknya.
   b. *Sharing session* dengan tema *womanpreneur*, untuk menumbuhkan jiwa wirausaha ibu– ibu rumah tangga. Selain itu, pedagang juga dapat melakukan manajemen keuangan (pemisahan antara modal usaha dan kebutuhan rumah tangga) serta memotivasi ibu – ibu tersebut agar terus berinovasi dalam berdagang
   c. Evaluasi serta penataan ulang (*re-layout*) area pedagang (terutama kuliner) dengan sistem zonasi
3. Tahap evaluasi dan pelaporan
   Tahap ini terbagi menjadi 2, yaitu tahap evaluasi dan pelaporan. Tahap evaluasi akan dilaksanakan setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan mitra. Sehingga pengabdi mendapatkan feedback dari pihak mitra. Selain itu pihak mitra juga dapat mengevaluasi diri terhadap masukan dari narasumber.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil FGD yang telah dilakukan, salah satu tahapan yang dapat dilakukan terlebih dahulu untuk meningkatkan performa Pasar Kebon Empring Bintaran adalah dimulai dari 'bagian dalam' pasar, yaitu pedagang dan area pasar (terutama area kuliner). Kegiatan pengembangan Pasar Kebon Empring Bintaran bekerjasama dengan beberapa pihak terkait. Pihak – pihak yang terlibat merupakan orang yang berkompeten dalam bidangnya.

Tahapan yang perlu dilakukan dalam pengembangan pedagang yaitu dengan diadakannya penyuluhan layanan prima untuk mengoptimalkan pelayanan kepada pengunjung sehingga membuat pengunjung menjadi ingin kembali lagi untuk berkunjung. Kegiatan Kegiatan penyuluhan layanan prima, dilakukan pada tanggal 9 Juni 2021, pemateri berasal dari penyuluh Dinas Perdagangan serta Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kabupaten Bantul. Dalam kegiatan ini, pemateri (Dinas Perdagangan) memberikan paparan mengenai pelayanan prima (termasuk didalamnya tips dan trik dalam memperlakukan pengunjung serta inovasi dalam berdagang). Selanjutnya pemateri membagi pedagang ke dalam beberapa kelompok kecil, lalu memberikan studi kasus (kasus yang diberikan setiap kelompok berbeda-beda) untuk dipecahkan bersama kelompoknya. Hasil diskusi kasus tersebut kemudian dipresentasikan dan kelompok terbaik (berdasarkan penilaian dari Dinas Perdagangan serta Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kabupaten Bantul) dalam pemecahan kasusnya mendapatkan kenang - kenangan.

Paparan selanjutnya dari Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian mengenai pengurusan perijinan pelaku usaha dan sosialisasi mengenai pendirian koperasi. Karena Pasar Kebon Empring ini belum memiliki koperasi dan usaha yang belum berijin, sehingga jika dibutuhkan akan dilakukan pendampingan oleh dinas tersebut.

Terdapat beberapa masukan dari hasil diskusi yang dilakukan untuk pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya, diantaranya adalah melakukan pendaftaran dan penjualan produk usahanya secara online. Selain itu juga mengadakan paket kerjasama antar pedagang yang kurang diminati dagangannya dengan promo *bundling* atau kupon diskon. Diharapkan dengan sistem online dan kerjasama antar pedagang membuat dagangan menjadi lebih dikenal dan diminati oleh pengunjung atau penikmat kuliner baik yang datang langsung maupun yang melakukan pemesanan melalui aplikasi.

ISSN : 2615-2657

Gambar 1. Penyuluhan mengenai Layanan Prima

Kegiatan selanjutnya adalah *Sharing Session Womanpreneur*, karena mayoritas pelaku usaha adalah ibu rumah tangga, sehingga pengusaha yang didatangkan adalah ibu rumah tangga yang telah sukses dengan usahanya. Pengusaha tersebut adalah Pakartian Ayu Sugmana, STP., MPH yang memiliki usaha makanan sehat (healthyplateyk). *Sharing session* ini selain memetakan mengenai permasalahan para pedagang juga memberikan motivasi dan inovasi mengenai inovasi produk dagangan, managemen keuangan, dan mengenai pemasaran.

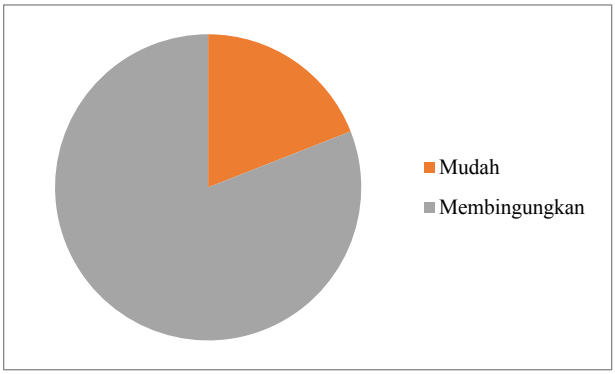
Berdasarkan hasil *sharing* yang dilakukan, sebagian besar pedagan terkendala dalam pengelolaan keuangan. Pedagang melakukan gali lobang tutup lobang dalam menjalankan usahanya. Kebanyakan pedagang belum dapat memisahkan keuangan berdasarkan skala prioritas. Terutama jika ibu – ibu tersebut memiliki anak kecil yang diajak ikut berjualan. Jadi antara pemasukan (hasil jualan) lebih kecil daripada pengeluaran (untuk keperluan jajan anak). Kegiatan ini diharapkan dapat menambah keterampilan pedagang dalam mengelola dagangannya, dapat menumbuhan jiwa wirausaha dan berinovasi dalam berdagang serta mampu melakukan manajemen keuangan untuk usaha dan kebutuhan rumah tangga.

Gambar 2. Sharing session womanpreneur

Mayoritas pedagang dari Pasar Kebon Empring Bintaran adalah kuliner. Kondisi eksisting saat ini area kuliner masih menjadi satu area (minum, snack, dan makan besar). Berdasarkan aspek penggunaan lahan, mengenai aspek *setting* aktivitas dan kemudahan belum dioptimalkan (terutama dalam memilih sajian kuliner), sehingga berdampak pada kenyamanan psikologis dan fisik pengunjung.

Gambar 3. Kondisi eksisting area kuliner

Berdasarkan kuisioner yang telah dibagikan mengenai aspek kemudahan akses mendapatkan sajian kuliner dengan mendapatkan 105 responden, hasilnya adalah 80 orang menyatakan bahwa mengalami kebingungan karena harus berputar dan membaca satu persatu dari setiap gubug kuliner dan 25 orang lagi menyatakan bahwa mudah dalam mengakses sajian kuliner.



Gambar 4. Hasil Kuisioner Mengenai Aspek Kemudahan Akses Mendapatkan Sajian Kuliner

Penataan kembali (re-layout) dilihat pasar menggunakan sistem zonasi diawali dengan diskusi oleh ketua pengelola pasar Kebon Empring Bintaran. Secara garis besar tidak terlalu merubah kondisi eksisting. Pembagian zona diantaranya : (1) privat, (2) semi publik, (3) publik. Zona privat adalah area kamar mandi yang letakkanya tidak berubak. Zona semi publik adalah

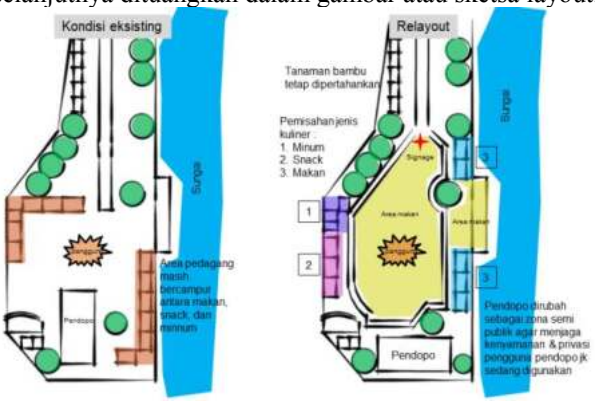
ISSN : 2615-2657

area panggung. Zona publik adalah area makan, panggung, dan area kuliner (pedagang).

Terdapat pemisahan jenis kuliner (terbagi menjadi 3 area), yaitu makanan, snack dan minuman. Hal tersebut untuk memudahkan pengunjung yang akan mencari sajian kuliner yang diinginkan. Terlebih dengan adanya signage (papan penunjuk arah) pada persimpangan.

Area makan terpusat di tengah dan didekat panggung. Sehingga jika ada atraksi, pengunjung dapat melihat langsung tanpa adanya gangguan visual. Vegetasi bambu tetap dipertahankan untuk menjaga kondisi lingkungan saat ini (menjadi peneduh dan membuat nyaman pengunjung).

Area pendopo dirubah posisinya karena berada dalam zona semi publik. Hal tersebut dilakukan untuk menjaga privasi dari pengguna pendopo jika sedang digunakan. Gagasan – gagasan serta pemikiran selanjutnya dituangkan dalam gambar atau sketsa layout.



Gambar 5 Perbandingan kondisi eksisting dan hasil re-layout area kuliner Pasar Kebon Empring Bintaran

Tahapan pengembangan area pasar dengan penataan kembali (re-layout) pasar menggunakan sistem zonasi, diharapkan dengan sistem zonasi tersebut dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung dan mempermudah pengunjung dalam mencari sajian kuliner yang diinginkan sehingga dapat menjadi poin tambahan dalam destinasi wisata

Gambar 6. Foto bersama setelah serangkaian kegiatan dilakukan

4. KESIMPULAN

Setelah adanya kegiatan pengabdian ini, Pengelola maupun pedagang Pasar Kebon Empring Bintaran sebagai mitra merasakan manfaat dan menerapkan hasil kegiatan tersebut. Hal – hal yang diimplementasikan diantaranya daya juang, semangat, sinergitas serta keinginan untuk mengembangkan area pasar untuk menarik pengunjung. Selain itu, pengelola Pasar Kebon Empring Bintaran juga meminta untuk pendampingan lebih lanjut karena akan merealisasikan pembentukan koperasi dan menginginkan diskusi lebih lanjut mengenai gambaran – gambaran pengembangan kedepannya. Sehingga tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Pasar Kebon Empring Bintaran ini dapat dikatakan tercapai.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada LPPM Universitas Amikom Yogyakarta karena telah mendanai kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Pasar Kebon Empring Bintaran ini. Kami sampaikan terima kasih juga kepada Ketua Pengelola Pasar Kebon Empring Bintaran beserta semua pihak yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sehingga kegiatan dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

Lubis, Haris Sutan. (2006). Perencanaan Pengembangan Ekowisata Berbasis Komunitas di Kawasan Wisata Tangkahan Kabupaten Langkat Sumatera Utara. USU e-repository (http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/7147/037024034.pdf;sequence=1 diakses pada 12 April 2021)

Nurhadi, Septi Kurniawati. (2014). Pemanfaatan Ruang Publik sebaga Wadah Transaksi Kuliner pada Lurung Kampung Pajeksan – Jogonegaran, Yogyakarta. Jurnal Arsitektur Komposisi, Vol. 10 No. 5, April, 301 - 314

Nurhadi, Septi Kurniawati & Nucifera, Fitria. (2018). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Desa Wisata Blue Lagoon, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2018 (pp 211-216). Yogyakarta, Indonesia : Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta

Syah, Dwi Perdana (2019). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) Di Desa Wisata Banjarejo Kabupaten Grobogan. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta

Waluyo, Jatmiko Edy. Implementasi Sapta Pesona Pada Usaha Pariwisata Di Kota Bandung. (http://repository.stp-bandung.ac.id/bitstream/handle/123456789/325/Artikel%20Sapta%20Pesona%20Final%204%20Nop%2

ISSN : 2615-2657

02013.pdf?sequence=1&isAllowed=y diakses pada 14 April 2021)