



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](mailto: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](mailto: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

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

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

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

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

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

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

## Pelatihan Digital Marketing Untuk Optimalisasi Pemasaran Usaha Makanan Dasawisma Alamanda Perumnas Minomartani Sleman Yogyakarta

Supriatin<sup>1)</sup>, Ani Restiyani<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta  
Email : supriatini@amikom.ac.id<sup>1)</sup>, resti.2407@students.amikom.ac.id<sup>2)</sup>

### Abstrak

Rata – rata kunjungan masyarakat di toko online lebih dari 90 juta kunjungan dan terus naik hingga 130 juta kali kunjungan setiap bulannya, penjualan pada platform online ini terus berkembang dimulai dari kebutuhan sekunder seperti onderdil kendaraan, alat musik, sampai pada kebutuhan primer seperti pakaian, makanan instan dan bahkan instan yang bisa langsung diantarkan pada hari itu juga [1]. Masyarakat yang melakukan penjualan secara offline terlebih di masa pandemik ini tanpa mengikuti perkembangan penjualan secara online akan tertinggal jauh dan mengalami banyak kerugian karena barang dagangannya tidak laku. Maka dari itu masyarakat saat ini sangat membutuhkan pelatihan digital marketing untuk mengikuti perkembangan era digital dan juga untuk melakukan perluasan penjualan.

Saat ini Dasawisma Alamanda memiliki banyak anggota yang juga merupakan wirausahawan yang juga masih melakukan penjualan secara manual atau offline. Hal ini mempunyai banyak kekurangan diantaranya memungkinkan banyak ketertinggalan model penjualan yang sudah banyak dilakukan secara online dan banyak dari anggota dasawisma belum mengerti cara melakukan pemasaran secara digital, untuk mengatasi permasalahan tersebut maka dibutuhkan sebuah pelatihan digital marketing. Pelatihan ini bertujuan untuk membantu dalam menyelesaikan permasalahan setiap individu yang merupakan anggota Dasawisma Alamanda. Diharapkan pelatihan ini dapat memberikan manfaat untuk tiap anggota mengatasi permasalahan dalam usahanya atau keuangannya.

**Kata kunci:** Pelatihan, Digital Marketing, Dasawisma

### 1. PENDAHULUAN

Dasawisma Alamanda merupakan kelompok ibu berasal dari Perumnas yang berlokasi di Desa Minomartani Jalan Mujair I, RT 06 di kabupaten Sleman yang dibentuk untuk mempermudah jalannya suatu program kegiatan kemasyarakatan. Organisasi Dasawisma Alamanda ini juga bertujuan untuk mempererat silaturahmi antar tetangga yang notabene adalah sebagai pekerja dan menjadi wadah untuk saling mengenal satu sama lain. Organisasi ini diikuti sekitar 25 orang yang aktif dan ikut serta dalam kegiatan, pertemuan organisasi ini diadakan satu kali dalam sebulan yaitu pada setiap tanggal 6 Karena kondisi pandemik covid-19 saat ini tidak memungkinkan untuk berkumpul dengan banyak orang maka kegiatan pertemuan dasawisma tetap diadakan tetapi waktu pertemuan diubah menjadi pagi di area jalan perumahan, dengan tetap mengikuti protokol kesehatan masa pandemik.



**Gambar 1.** Kegiatan dasawisma masa Pandemi Covid-19

Beberapa diantara anggota kelompok Dasawisma Alamanda berwirausaha dalam bidang masing-masing, sebagian dari mereka memiliki usaha penjualan makanan. Penjualan secara *offline* selama masa *pandemic* ini mengalami banyak penurunan, sementara saat ini banyak wirausahawan yang mengalihkan

penjualannya secara *online*, persaingan penjualan secara *online* semakin ketat, banyak diantara mereka memanfaatkan fitur-fitur promosi pada platform *online* [2].

Informasi yang terlalu banyak disediakan secara *online* tidak semua orang dapat memahami dan mempraktikkannya, khususnya untuk anggota dengan rata-rata usia yang sudah tidak lagi muda, hal ini melatarbelakangi kami untuk mengadakan pelatihan digital marketing. Diharapkan dengan diadakannya pelatihan digital marketing ini dapat membantu anggota Dasawisma dalam melakukan perluasan area pemasaran yang akan memberikan imbas pada peningkatan omset.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini berupa pelatihan. Kegiatan ini akan menjalin kerjasama dengan anggota Dasawisma Alamanda. Pelaksanaannya akan dilakukan secara daring atau online menggunakan aplikasi zoom karena kondisi pandemik pada saat ini dengan bantuan modul sehingga peserta pelatihan dapat mengikuti dengan baik pelatihan ini. Kegiatan ini dilakukan selama 6 bulan dengan beberapa kegiatan pokok adalah :

1. Analisis situasi
2. Pelatihan
3. Pendampingan
4. Evaluasi

Berdasarkan solusi yang ditawarkan pada bab sebelumnya, terdapat 4 hal yang perlu diperhatikan dalam menyusun metode pelaksanaan. Pertama adalah metode tahapan kegiatan menganalisis situasi, kedua adalah melaksanakan pelatihan, ketiga adalah pendampingan, dan yang keempat evaluasi pelatihan. Adapun tahapan kegiatan ini adalah sebagai berikut :

1. Analisis situasi  
Tim abdimas menganalisis situasi yang bertujuan untuk memetakan dan menelaah kebutuhan mitra, khususnya pada pelatihan ini adalah anggota Dasawisma Alamanda, analisis situasi ini dilakukan bersama dengan ketua dan anggota Dasawisma Alamanda.
2. Pelatihan  
Pelatihan dilaksanakan pada waktu yang telah disepakati antara anggota dan tim abdimas, pelatihan dilakukan 1 kali, pada tahap ini anggota Dasawisma Alamanda dapat

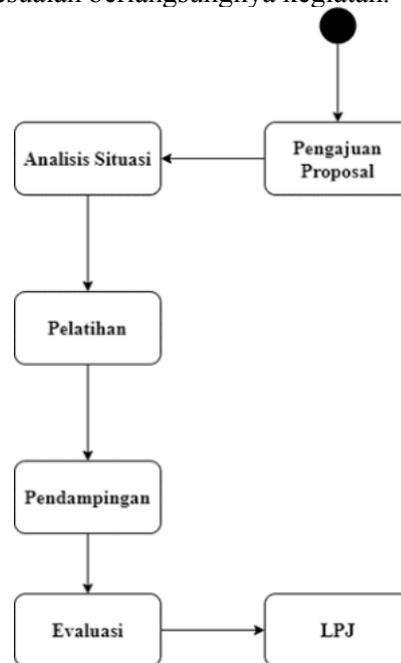
langsung mempraktikkan dari pelatihan digital marketing yang dilakukan secara daring menggunakan aplikasi Zoom.

### 3. Peninjauan

Tahap peninjauan ini dilakukan untuk memperhatikan detail setelah pelatihan selesai, anggota Dasawisma Alamanda dapat memperhatikan aktivitas pemasaran yang sebelumnya sudah dibuat oleh tim abdimas. Peserta pelatihan juga dapat berinteraksi secara langsung maupun melalui pesan chat terhadap tim pelaksana dan tim ahli jika terdapat kesulitan dalam pengoperasian.

### 4. Evaluasi

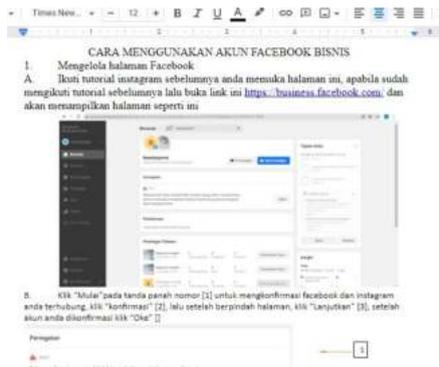
Setelah berakhirnya kegiatan diadakan evaluasi yang bertujuan untuk menilai kesesuaian berlangsungnya kegiatan.



Gambar 2. Flowchart Pelatihan

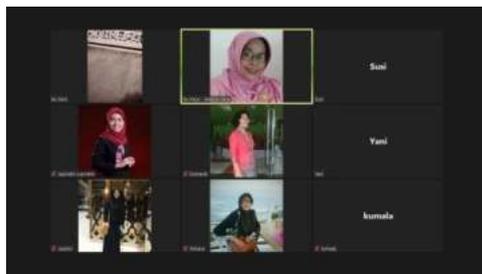
Berikut merupakan proses kegiatan pelatihan dari tahap persiapan sampai tahap pelaksanaan yang dilakukan pada hari jum'at tanggal 20 Juli 2021 yang dilakukan secara daring:

1. Tim abdimas melakukan survei dan berkoordinasi dengan ketua dan anggota Dasawisma, dan mendiskusikan mengenai kebutuhan pelatihan dan waktu pelaksanaan yang akan digunakan dalam pelatihan
2. Kemudian Tim abdimas menyusun dan mengembangkan materi pelatihan yang dikoordinasikan dengan ketua dasawisma Alamanda.



Gambar 3. Modul Pelatihan

3. Tim abdimas melakukan pelatihan digital marketing, dengan susunan acara:
  - a) Pembukaan
  - b) Pelaksanaan pelatihan digital marketing yang diisi oleh narasumber
  - c) Tanya jawab dengan narasumber dilanjutkan peninjauan pelatihan.



Gambar 4. Pertemuan Zoom

4. Tim abdimas membuat laporan pelatihan dan menyerahkan kepada LPPM Universitas Amikom.

### 3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Dasawisma Alamanda adalah sebuah organisasi kemasyarakatan yang merupakan program kerja dari Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) warga Perumahan Nasional Minomartani yang beralamat di Jalan Mujair I, Mlandangan, Desa Minomartani, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman. Anggota dari Dasawisma Alamanda yang memiliki usaha penjualan makanan dan pakaian yang mengalami dampak penurunan omset yang disebabkan oleh pandemic mendapatkan kesempatan baru untuk memulai penjualan secara daring, dengan persaingan ketat yang ada saat ini anggota Dasawisma diharapkan bisa mulai menggunakan fitur - fitur promosi yang ada pada *platform online* yang tersedia saat ini.

Pada kegiatan ini telah diberikan pelatihan digital marketing yang bertujuan agar anggota Dasawisma Alamanda dapat menaikkan omset penjualan dengan strategi penjualan yang baru. Adapun materi pelatihan yang diberikan merupakan melakukan penjualan dengan *Platform* :

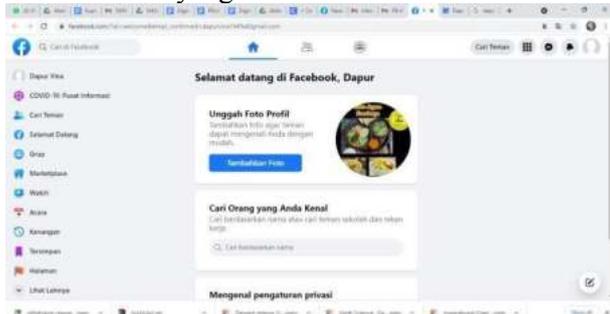
1. Instagram merupakan aplikasi media sosial yang kehadirannya semakin dimaksimalkan sebagai media komunikasi pemasaran. Instagram memberikan peran penting bagi pelaku bisnis yang menggunakannya sebagai media pemasarannya, diantaranya adalah instagram sebagai media promosi yang dianggap efektif oleh para informan, yang kedua instagram sebagai media komunikasi antara pelaku bisnis dengan para konsumennya. Dan yang terakhir, instagram memberikan dampak terhadap peningkatan penjualan pada bisnis [3]. Berikut merupakan contoh pembuatan akun Instagram Dapur Vina, salah satu anggota dasawisma yang memiliki usaha di bidang makanan.



Gambar 5. Contoh pembuatan akun Instagram

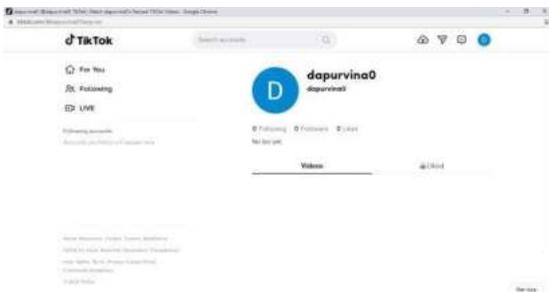
2. Facebook marketing adalah melakukan aktivitas marketing menggunakan semua fasilitas yang disediakan oleh facebook dengan tujuan meningkatkan penjualan (sales) dan menjalin komunikasi yang lebih langgeng dengan pelanggan (customer relationship) [4]. Selain menggunakan Instagram dilakukan pelatihan penjualan dengan menggunakan

*platform* ini sebagai alternatif lain untuk promosi. Berikut merupakan contoh akun Facebook yang telah dibuat:



Gambar 6. Contoh pembuatan akun Facebook

3. Aplikasi Tik Tok merupakan aplikasi yang menyediakan pembuatan konten video dengan diiringi musik yang menarik, saat ini konten video sudah banyak tersebar di berbagai negara salah satunya yaitu Indonesia. Tidak hanya itu para pebisnis juga memanfaatkan platform Tik - Tok untuk dijadikan sebagai sarana pemasaran dalam melakukan bisnis online, karena dapat menciptakan pangsa pasar yang luas serta peluang melalui digital marketing dengan menggunakan platform aplikasi Tiktok[5].



Gambar 7. Contoh pembuatan akun Tiktok

4. Website merupakan satu media yang paling sering untuk diakses dan digunakan dalam mencari berbagai informasi dan sarana komunikasi. Website juga merupakan kumpulan halaman dalam suatu domain yang memuat tentang berbagai informasi agar dapat dibaca dan dilihat oleh pengguna internet melalui sebuah mesin pencari. Informasi yang dapat dimuat dalam sebuah website umumnya berisi mengenai konten gambar, ilustrasi, video, dan teks untuk berbagai macam kepentingan. beberapa fungsi yang dikategorikan sesuai dengan tujuan bisnis [6].

1. Sarana informasi
2. Sebagai blog
3. Sarana transaksi jual beli toko online / ecommerce

Dalam pelatihan ini disampaikan informasi terkait dengan unsur pembentuk sebuah web yaitu domain, hosting dan konten.

#### 4. KESIMPULAN

Penutup dari pembahasan kegiatan pelatihan digital marketing pengabdian masyarakat ini berujung pada kesimpulan sebagai berikut:

1. Memberikan Pengetahuan tentang pemasaran secara digital kepada peserta pelatihan yaitu anggota Dasawisma Alamanda.
2. Pelaksanaan pelatihan digital marketing pengabdian masyarakat ini telah menghasilkan beberapa kegiatan seperti pembuatan dan cara penggunaan akun bisnis pada beberapa *platform* digital untuk mendukung penjualan para anggota Dasawisma Alamanda.
3. Harapan kedepannya untuk akun penjualan pada beberapa *platform* ini akan berguna untuk menunjang kenaikan omset penjualan anggota Dasawisma Alamanda.

#### Ucapan Terimakasih

Tim Pengabdian Masyarakat pada objek Dasawisma Alamanda, Perumahan Nasional Minomartani, Jalan Mujair I, Mlandangan, Desa Minomartani, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman. mengucapkan terimakasih kepada beberapa pihak terkait yang telah membantu berjalannya kegiatan Pelatihan Digital Marketing Untuk Optimalisasi Pemasaran Usaha Makanan Dasawisma Alamanda Perumnas Minomartani Sleman Yogyakarta, yaitu :

1. Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas AMIKOM Yogyakarta sebagai pemberi hibah kegiatan pengabdian masyarakat.
2. Ibu Siti M. Pinzon ketua Dasawisma Alamanda yang dengan terbuka menerima kami untuk memberikan izin pengabdian masyarakat ini.
3. Masyarakat Perumahan Nasional Minomartani, Jalan Mujair I yang mengizinkan melakukan pengabdian masyarakat di lingkungan tersebut.

4. Dan berbagai pihak lainnya yang turut membantu pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.

#### **Daftar Pustaka**

- [1] Pranoto, Jasmani dan M. I Nyoman, 2019. “Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al - Barkah Di Kampung Cicayur - Tangerang”,
- [2] Hadion Wijoyo, Haudi dkk, 2020. “Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa (Pengabdian Kepada Masyarakat Kerjasama Antar Kampus)”,
- [3] Adhita Maharani Dewi, 2021. “Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan”,
- [4] Zainal Muttaqin, 2021. “Facebook Marketing Dalam Komunikasi Pemasaran Modern”,
- [5] F. Afriza Indah dan D. Selvi Ainun Inayati, 2021. “Efektifitas Media Tiktok Dan Influencer Mendongkrak Penjualan Lippie Serum Raeca Dipandemi Covid19”,
- [6] Muhammad Robith Adani, 2020. “<https://www.sekawanmedia.co.id/pengertian-website/>” diakses 1 November 2021

