



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

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

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

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

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

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

PERENCANAAN USAHA YANG BERBASIS EKONOMI KREATIF BAGI KELOMPOK MILENIAL

Tanti Prita Hapsari

*Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta
Email : tantiprita@amikom.ac.id*

Abstrak

Generasi milenial memiliki peran yang besar untuk mengangkat perekonomian suatu daerah atau negara. Generasi milenial menjadi ujung tombak dalam ekonomi kreatif. Akan tetapi berdasarkan kondisi yang ditemui di lapangan masih ditemukan beberapa generasi milenial yang belum berani mengambil keputusan berwirausaha karena beberapa faktor. Oleh karena itu perlu dilakukan pendekatan dan dibuat solusi agar masalah tersebut dapat diatasi. Perencanaan usaha yang berbasis ekonomi kreatif bagi kelompok milenial diharapkan dapat mencetak kelompok milenial yang siap dan kompeten dalam berbisnis di era ekonomi kreatif. Kegiatan tersebut telah dilaksanakan pada tanggal 14 Agustus 2021. Generasi milenial dibimbing dan didampingi untuk menyusun sebuah perencanaan bisnis kreatif dan dilakukan coaching setelah pelatihan berakhir. Berdasarkan pada hasil evaluasi akhir diketahui bahwa peserta pelatihan memiliki kemampuan dalam menganalisa kelayakan usaha dan mampu menyusun rencana bisnis kreatif. Bisnis kreatif yang banyak diminati oleh peserta adalah dalam bidang fashion. Hal ini disebabkan karena bisnis fashion merupakan salah satu bisnis kreatif yang potensial dan menjanjikan dimana mereka dapat menuangkan segala kreativitasnya melalui produk yang dihasilkan.

Kata kunci: *generasi milenial, ekonomi kreatif, entrepreneur kreatif*

1. PENDAHULUAN

Generasi milenial atau generasi Y merupakan generasi yang lahir antara tahun 1980-2000. Generasi milenial lebih suka mendapatkan informasi dari ponselnya yaitu dengan menelusuri melalui Google atau perbincangan pada forum-forum yang mereka ikuti agar tetap *up-to-date* [3]. Generasi milenial memiliki pola pikir yang kritis dan melek teknologi sehingga mereka memiliki peluang yang cukup besar untuk mengembangkan diri dan mempersiapkan masa depan. Dikutip dari Deloitte Indonesia Perspectives, dapat diketahui bahwa kekuatan ekonomi diprediksi semakin kokoh karena dimotori oleh anak muda, bahkan dunia bisnis sudah mulai dikuasai oleh orang-orang muda generasi milenial [1].

Akan tetapi disisi lain, saat ini masih ada kelompok milenial yang belum memiliki kesiapan untuk memulai suatu usaha, mereka merasa tidak memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang cukup serta tidak memiliki keberanian untuk memulai karena banyaknya resiko atau ketidakpastian dalam

suatu usaha/ bisnis. Hal ini tentu saja akan menghalangi mereka untuk bergerak, oleh karena itu harus dibangun sebuah keyakinan yang menyatakan bahwa pada dasarnya kelompok milenial memiliki potensi yang besar untuk berwirausaha. Kemauan kreatif dan inovatif harus ditumbuhkan sehingga dapat menghasilkan ide-ide bisnis yang bernilai tinggi.

Berwirausaha di era ekonomi kreatif saat ini tentu saja menjadi peluang sekaligus tantangan bagi kelompok milenial. Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang menekankan pada intelektual sehingga disini kelompok milenial dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif dalam setiap kegiatan bisnisnya. Mulai dari menentukan sebuah ide produk kreatif, pemasaran kreatif bahkan pengelolaan sumber daya manusia dalam sebuah usaha kreatif. Perencanaan usaha yang matang perlu dibuat agar dapat meminimalisasi resiko dan memenangkan persaingan.

Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan kelompok milenial yang tergabung

dalam Kelompok Muda Berkarya dan beralamat di Krapyak Wetan, Sewon, Bantul. Pertimbangan pemilihan mitra tersebut karena berdasarkan pada hasil analisis situasi mitra ditemukan terdapat beberapa masalah yang dihadapi, diantaranya yaitu:

- Beberapa orang dalam kelompok milenial tersebut sudah terjun dan/atau memiliki usaha namun belum mengalami perkembangan yang signifikan
- Beberapa orang belum memiliki ide atau rencana usaha sendiri namun memiliki passion untuk berbisnis
- Beberapa orang berbisnis hanya mengikuti trend atau musiman saja

Berdasarkan pada permasalahan tersebut diatas maka perlu dilakukan pelatihan untuk memberdayakan dan mengembangkan generasi milenial dalam berwirausaha yaitu dengan membuat perencanaan usaha yang berbasis pada ekonomi kreatif. Perencanaan usaha yang berbasis pada ekonomi kreatif mampu untuk membantu kelompok milenial dalam menjawab kebutuhan dan tantangan pasar yang ada saat ini.

Tujuan dari kegiatan ini antara lain adalah 1) membentuk jiwa dan semangat *entrepreneur* generasi milenial, 2) generasi milenial mampu memiliki ide bisnis yang kreatif dan menjanjikan, dan 3) generasi milenial mampu menyusun perencanaan usaha berbasis ekonomi kreatif. Sementara itu, manfaat yang diharapkan adalah generasi milenial mampu memahami dunia bisnis kreatif secara mendalam sehingga ke depan mereka dapat ikut terlibat dan berkontribusi melalui kegiatan usaha yang dibangun. Bidang usaha yang direncanakan merupakan salah satu dari 16 subsektor yang ada di dalam industri kreatif. Dengan mempelajari berbagai macam peluang, ancaman, hambatan/kendala dalam berbisnis bidang kreatif, generasi milenial mampu membuat analisis dan keputusan-keputusan dalam berbisnis.

Dampak dari kegiatan ini adalah munculnya *entrepreneur* kreatif baru dari kalangan generasi milenial, sehingga diharapkan jumlah industri kreatif baru di Yogyakarta pada khususnya dapat semakin meningkat. Dengan munculnya industri kreatif baru tersebut maka secara langsung maupun tidak langsung akan mengangkat perekonomian daerah.

2. METODE PELAKSANAAN

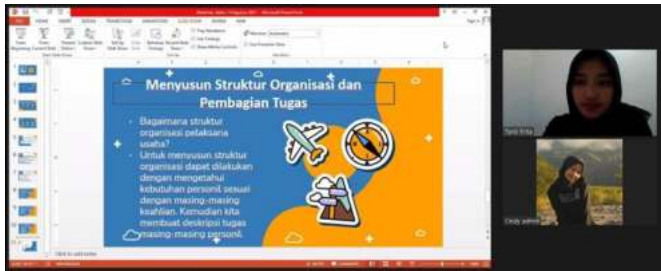
Kegiatan ini diawali dengan melakukan pemetaan masalah mitra. Hal ini bertujuan untuk menggali masalah dan potensi yang ada di lapangan. Pemetaan dilakukan dengan pengamatan dan wawancara bersama koordinator kelompok. Berdasarkan pada hasil pemetaan tersebut diketahui bahwa mitra kelompok milenial memiliki potensi besar untuk berwirausaha, namun disisi lain masih ada beberapa permasalahan atau kendala yang harus diselesaikan. Oleh karena itu perlu dilakukan pelatihan, bimbingan dan pendampingan untuk mulai berwirausaha.

Pelatihan perencanaan usaha kreatif generasi milenial diawali dengan pemberian materi terkait ide bisnis kreatif. Peserta belajar untuk menganalisa beberapa ide bisnis kreatif yang ada di dalam 16 subsektor industri kreatif. Pelatihan tersebut dibagi menjadi 3 (tiga) sesi. Sesi pertama dilakukan pemetaan ulang untuk mengetahui berapa banyak peserta yang sudah memiliki dan belum memiliki bisnis, mengetahui kendala yang dihadapi dan mengelompokkan bisnis yang sudah dijalani maupun yang masih berupa rencana bisnis.

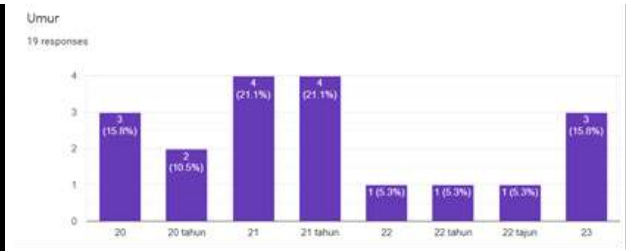
Sesi kedua, peserta diberikan materi tentang menyusun rencana usaha (*business plan*). Pada sesi ini peserta belajar tentang perencanaan usaha kreatif mulai dari analisa kelayakan usaha yang meliputi kondisi pasar saat ini, potensi pertumbuhan, resiko hingga keuangan. Pada tahap ini peserta diminta untuk membuat perencanaan bisnis berdasarkan pada ide bisnis kreatif yang dimiliki. Selanjutnya di sesi ketiga, dilakukan pembimbingan dan konsultasi termasuk evaluasi untuk memastikan ketercapaian tujuan kegiatan.



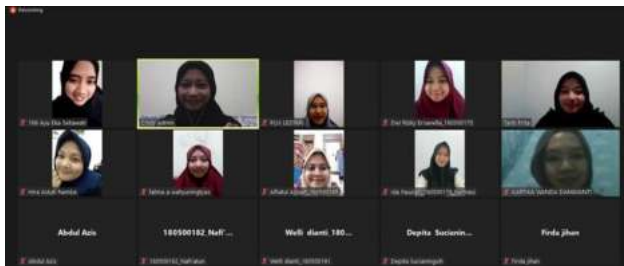
Gambar 1. Sesi Materi Ide Bisnis Kreatif



Gambar 2. Sesi Materi Menyusun Rencana Bisnis



Gambar 4
Usia Peserta



Gambar 3. Sesi Tanya Jawab

Setelah kegiatan pelatihan dilaksanakan, dilakukan pendampingan bagi peserta yang masih memiliki kendala dan belum terselesaikan pada saat pelatihan berlangsung. Peserta diberikan kesempatan untuk berkonsultasi dengan narasumber. Dapat diketahui bahwa beberapa peserta mengalami kesulitan terkait dengan pengembangan produk kreatif dan cara pemasarannya. Pemasaran online yang dilakukan masih monoton sehingga unsur kreatif dalam bisnis menjadi kurang menarik. Oleh karena itu peserta terus didampingi terkait dengan setiap *progress* yang didapat setelah mengikuti pelatihan.

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berjudul Perencanaan Usaha yang Berbasis Ekonomi Kreatif bagi Kelompok Milenial sudah dilaksanakan pada hari Sabtu, 14 Agustus 2021. Pada awalnya kegiatan akan dilaksanakan secara langsung (*offline*), namun mengingat kondisi Yogyakarta yang tidak memungkinkan pada saat itu karena adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat level 3 dan berdasarkan kesepakatan dengan mitra maka kegiatan dialihkan secara *online*.

Jumlah peserta kegiatan ini sebanyak 19 orang generasi milenial, dengan rincian usia sebagai berikut:

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa dari 19 orang peserta, terdapat 5 orang berusia 20 tahun, 8 orang berusia 21 tahun, 3 orang berusia 22 tahun dan 3 orang berusia 23 tahun.

Pelaksanaan kegiatan ini dibagi menjadi 3 (tiga) sesi. Sesi pertama, dilakukan pemetaan ulang terkait dengan peserta yang sudah dan belum menjalankan usaha, jenis bisnis yang dijalani atau direncanakan, dan kendala yang dihadapi. Berdasarkan pada hasil pemetaan tersebut dapat diketahui bahwa dari 19 peserta terdapat beberapa peserta yang sudah menjalankan bisnis dan masih ada yang belum menjalani sama sekali. Bisnis yang dijalani atau rencana bisnis peserta tersaji dalam tabel 1 berikut ini:

Tabel 1
Jenis Usaha

Jenis Usaha yang Sudah Dijalankan dan/ atau Rencana Usaha	Jumlah (orang)
Fashion (pakaian/ <i>clothing</i> , hijab)	14
<i>Coffe Shop</i>	1
Agen Kuota	1
Persewaan rumah kos	1
Kosmetik dan Skincare	2
Jumlah	19

Berdasarkan pada tabel tersebut diatas dapat diketahui bahwa peserta memiliki minat yang tinggi terhadap bisnis fashion, dimana fashion merupakan salah satu dari subsektor di dalam industri kreatif. Sementara itu, terkait dengan hasil pemetaan ulang terhadap kendala yang dihadapi peserta dapat diketahui bahwa peserta:

1. Kesulitan menentukan target pasar dan strategi promosi yang tepat
2. Memiliki keterbatasan modal

3. Belum memahami cara memulai usaha
4. Belum memiliki kemampuan dalam melakukan pemasaran

Hasil pemetaan tersebut selanjutnya dimasukkan menjadi bagian dari materi pelatihan. Materi pelatihan didesain sesuai dengan kebutuhan mitra. Pada sesi pelatihan peserta diberikan materi tentang bisnis kreatif saat ini, termasuk kondisi persaingan yang dihadapi oleh bisnis kreatif tersebut. Hal ini bertujuan agar peserta lebih siap untuk terjun langsung dalam dunia bisnis.

Peserta memiliki semangat yang tinggi, hal ini ditunjukkan dengan antusiasnya peserta dalam menjawab pertanyaan yang diberikan oleh narasumber. Disamping itu, peserta juga aktif dalam bertanya terkait dengan permasalahan yang mereka hadapi. Hasil kegiatan dari setiap materi yang diberikan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Materi Ide Bisnis Kreatif

Hasil:

- Peserta memahami berbagai jenis ide bisnis kreatif
- Peserta memahami 16 subsektor dalam industri kreatif
- Peserta mampu menganalisa berbagai ide bisnis kreatif. Analisa tersebut meliputi kondisi pasar saat ini (kedekatan produk dengan kebutuhan, ukuran pasar, kekuatan kompetisi dan usaha pemasaran), potensi pertumbuhan (proyeksi peningkatan jumlah konsumen, keunggulan bersaing dan rencana inovasi), resiko (biaya tetap dan biaya variabel) dan pengelolaan keuangan usaha.

2. Materi Rencana Usaha/ Bisnis (Business Plan) Kreatif

Hasil:

- Setelah peserta membuat analisa bisnis kreatif sebelumnya, peserta mampu membuat perencanaan usaha kreatif yang matang dan realistis.
- Perencanaan usaha yang dibuat oleh peserta dapat tersusun secara realistis dan jelas.

4. KESIMPULAN

Generasi milenial adalah generasi yang potensial untuk menjadi *entrepreneur*. Generasi milenial memiliki banyak kesempatan dan peluang untuk ikut andil dan berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian. Kedekatan dengan teknologi, kreatifitas dan cara berpikir terbuka menjadi modal yang dapat digunakan oleh mereka untuk terjun dalam berwirausaha.

Akan tetapi disisi lain, masih ditemukan ada beberapa kendala yang dihadapi oleh generasi tersebut. Ketidakberanian mengambil resiko, ketidaktahuan cara memulai berbisnis dan memilih ide usaha yang kreatif, serta keterbatasan dalam memahami pengelolaan sebuah usaha yang kreatif menjadi penghambat untuk melakukan suatu bisnis.

Pelatihan penyusunan perencanaan usaha yang berbasis ekonomi kreatif bagi kelompok milenial dilaksanakan sebagai usaha untuk menyikapi persoalan diatas. Melalui pelatihan ini peserta dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang bisnis kreatif, mulai dari jenis usaha kreatif, pengelolaan dan pengembangannya.

Pelatihan ini belum sepenuhnya menyelesaikan permasalahan mitra, masih ada beberapa permasalahan yang dapat menjadi pertimbangan untuk menentukan kegiatan berikutnya. Oleh karena itu terdapat beberapa saran berikut ini:

1. Sebaiknya dilakukan pelatihan lebih mendalam terkait dengan pengelolaan keuangan usaha kreatif yang berbasis aplikasi atau sistem agar lebih mudah.
2. Sebaiknya diadakan pelatihan lanjutan yang membahas tentang perijinan dan legalitas usaha.
3. Sebaiknya dilakukan pelatihan tentang pengembangan produk kreatif (khususnya fashion) agar peserta dapat menambahkan value pada produknya.

Ucapan Terimakasih

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik karena adanya dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu perkenankanlah kami menyampaikan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ketua Program Studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Kelompok Muda Berkarya
5. Berbagai pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan Pengabdian Masyarakat ini.

Kami menyadari bahwa dalam pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran sangat dibutuhkan untuk perbaikan dan kesempurnaan pelaksanaan Pengabdian Masyarakat di kesempatan yang akan datang.

Daftar Pustaka

- [1] Deloitte Indonesia Perspectives, 2019, “Generasi Milenial dalam Industri 4.0: Berkah Bagi Sumber Daya Manusia Indonesia atau Ancaman?,” Edisi Pertama.
- [2] Lembaga Pengabdian Masyarakat, 2018, “Panduan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat Dosen Universitas Amikom Yogyakarta,” Universitas Amikom Yogyakarta.
- [3] Muharram, Yusril dkk., 2019, “Perkembangan Ekonomi Kreatif dalam Generasi Milenial,” ReseachGate.

