



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

ISSN: 2615-2657

2022

PROSIDING

Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat

Sinergi Institusi Pendidikan dengan Masyarakat
melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat
Yogyakarta, 27 November 2021



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2021

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Yogyakarta, 27 November 2021

Penerbit :

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

Universitas Amikom Yogyakarta

Telp.(0274) 884 201 ext 611

Email : abdimas@amikom.ac.id



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2021

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

ISSN 2615-2657

Editor : **Mulia Sulistiyono, M.Kom**
Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom

Kulit Muka: **Bernadhed, M. Kom.**
Cetakan I, Januari 2022

Penerbit :

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
Universitas Amikom Yogyakarta
Telp. (0274) 884 201 ext 611
Email : abdimas@amikom.ac.id

Hak cipta dilindungi Undang-Undang Hak Cipta
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh bagian isi buku ini
tanpa izin tertulis dari penerbit.



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2021

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Reviewer:

**Dr. Andi Sunyoto, M.Kom
Emha Taufiq Luthfi, M.Kom
Sudarmawan, M.T
Hanif Al Fatta, M.Kom
Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom**

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Salam Sejahtera Bagi Kita Semua.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas hidayah-Nya maka Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2021 dapat terselenggara . Kegiatan ini merupakan Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat yang pertama kali diadakan di Universitas Amikom Yogyakarta. Seminar ini merupakan salah satu program kerja Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta yang dimana untuk meningkatkan minat publikasi hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan oleh kalangan akademis di Universitas Amikom Yogyakarta pada khususnya.

Di dalam kalangan akademis perguruan tinggi mengenal dengan kewajiban Tri Dharma Perguruan Tinggi . Salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah pengabdian masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan sebuah usaha kalangan akademisi secara langsung mengatasi permasalahan -permasalahan masyarakat . Banyak permasalahan - permasalahan masyarakat yang dapat diselesaikan dengan menerapkan keilmuan yang dimiliki oleh para akademisi.

Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2021 merupakan sebuah wadah kepada kalangan akademis Universitas Amikom Yogyakarta dalam mempublikasikan hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan . Diharapkan dengan adanya media ini dapat menjadi jembatan para pengabdian dan masyarakat dalam memperoleh informasi.

Dalam Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2021 terdapat 105 pemakalah yang bersedia mengirimkan makalahnya untuk dipublikasikan pada seminar ini. Makalah telah melalui proses review dan editing.

Kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh pemakalah yang telah bersedia mempublikasikan makalah hasil pengabdian pada seminar ini. Kami ucapkan terimakasih kepada segenap civitas akademik Universitas Amikom Yogyakarta atas dukungan sarana maupun prasarana sehingga acara ini dapat terlaksana.

Akhir kata kami segenap panitia Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2021 mohon maaf sebesar-besarnya jika dalam penyelenggaraan acara masih banyak kekurangan. Kami terbuka untuk mendapatkan kritik dan masukan guna semakin memperbaiki kegiatan ini kedepannya. Semoga acara ini dapat bermanfaat seluruh akademisi dan masyarakat Wassalamualaikum Wr. Wb.

Ketua Panitia Seminar Hasil
Pengabdian Masyarakat 2021

Mulia Sulistiyono, M.Kom.

Daftar Isi

Seminar Hasil Sinergi Institusi Pendidikan dengan Masyarakat melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat

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

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

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

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

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

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

STRATEGI PENINGKATAN OMSET DENGAN DIGITAL MARKETING DI UMKM BATIK JUMPUTAN (ROEMAH DJOEMPOETAN SRIHADI)

Yusuf Amri Amrullah¹⁾

¹⁾Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta

Email : amri@amikom.ac.id¹⁾

Abstrak

Pada era pandemi seperti ini perkembangan digital marketing sangatlah luar biasa, hanya saja masih banyak UMKM yang belum memaksimalkan penggunaan digital marketing dalam menjalankan bisnisnya. Di era pandemi sekarang digital marketing menjadi hal yang wajib dikuasai oleh para UMKM, karena persaingan sudah mulai bergeser ke dunia maya. Perilaku konsumen juga sudah mulai berubah, konsumen lebih banyak menggunakan gadget untuk mencari informasi produk fashion yang diperlukan. Website merupakan salah satu platform dalam digital marketing, website sangat diperlukan dalam menghadapi perubahan bisnis di era digital dan era pandemi, dimana adanya pembatasan sosial dan perubahan perilaku konsumen dalam mencari produk yang diinginkan.

Kata kunci: Batik, Jumputan, Digital marketing, UMKM

1. PENDAHULUAN

Perguruan tinggi berkewajiban menyelenggarakan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat disamping melaksanakan pendidikan sebagaimana diamanahkan oleh Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 20^[1].

Pada pengabdian tahun 2021 pengusul mengajukan mitra Batik Jumputan (Roemah Djoemputan Srihadi) yang berlokasi di Jalan Mayjend D.I panjaitan No 17, Mantrijeron, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 5514. Di era disruptif dan dalam menghadapi pandemi, pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Batik Jumputan masih menggunakan cara konvensional, seperti mengikuti pameran dan dari mulut ke mulut. Usaha ini juga memiliki galeri yang terdapat di rumahnya, secara konsep bisnis usaha ini sudah maju atau bahkan sudah lebih baik dari para pesaingnya. Istilah disruptif dalam buku Rhenald Kasali mengacu pada istilah perubahan dalam konteks bisnis, keuangan dan investasi^[2]. Pemasaran yang dilakukan belum menyentuh digitalisasi secara optimal, era pandemi ini menjadi momentum untuk merubah konsep tersebut.

Seperti Heidrick & Struggless (2009)^[3] digital marketing merupakan perkembangan dari digital

marketing melalui web, telepon genggam dan perangkat games, menawarkan akses baru periklanan dan sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Dimana perilaku konsumen sendiri juga sudah mulai berubah dari offline menjadi online, baik itu melalui media sosial, website maupun e commerce, dan hal ini menjadi permasalahan tersendiri.

Digital marketing adalah proses memasarkan produk (pemasaran) dengan memakai media berbasis internet, dengan menggunakan website, media sosial, email, basis data, wireless/mobile, dan televisi digital, untuk meningkatkan jumlah pengguna atau konsume dan mengetahui perilaku, nilai produk, profil dan loyalitas calon pelanggan atau pelanggan guna mencapai sasaran pemasaran (Chaffey dan Chadwick, 2016)^[4].

Saat ini usaha batik jumputan SRIHADI masih dikelola secara mandiri, ibu Sri Rumiati merupakan pensiunan salah satu instansi pemerintah. Beliau sudah cukup lama berkecimpung dalam dunia fashion, saat ini bisnis yang digeluti merupakan fashion dengan kearifan lokal yaitu batik jumputan. Sebuah metode produksi kain batik dengan mengikat kain tersebut kemudian menggunakan teknik ikat celup, tali yang sudah disesuaikan dengan pola batik kemudian diolah dengan air mendidih. Pada setiap pola selalu

ada inovasi sehingga memunculkan kekhasan dari kain jumputan tersebut. Sebelum pandemi kegiatan pemasaran dilakukan secara konvensional melalui pameran dan jaringan yang telah dimiliki sebelumnya oleh pemilik usaha, selain itu mitra juga sudah memiliki media pemasaran digital yang belum dilakukan secara maksimal yaitu instagram. Sebelum era pandemi batik jumputan memiliki beberapa prestasi seperti :

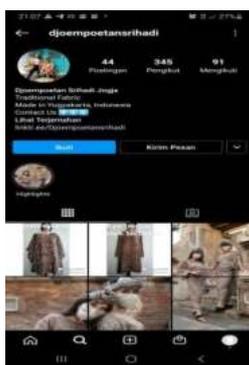
1. IKRA (Industri Kreatif Syariah) Tahun 2019
2. Kurasi Bandara YIA Tahun 2020
3. Indonesia Mall BRI Tahun 2020
4. The Manohara Hotel kurasi th 2020.
5. Th 2021 lolos kurasi 1 dengan buyer S'pore.



Gambar 1. Galeri



Gambar 2. Bagian Depan Galeri



Gambar 3. Instagram Mitra

Saat ini pandemi sudah memasuki tahun kedua, pandemi memiliki dampak yang luar biasa pada segala lini bisnis, begitu juga usaha kain jumputan srihadi. Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yaitu :

1. Pemasaran masih dilakukan secara konvensional, seperti mengikuti pameran, dan dari mulut ke mulut.
2. Sudah memiliki Instagram tapi belum dijalankan secara maksimal
3. Jangkauan pasar masih terbatas

Solusi yang ditawarkan kepada mitra yaitu :

1. Pembinaan konsep pemasaran digital kepada mitra
2. Mendampingi implementasi pemasaran digital untuk menambah jangkauan pasar, sehingga pemasaran bisa ditingkatkan ke tingkat nasional dan internasional

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan menggunakan metode pendampingan, baik itu secara online dan offline. Pada saat pelaksanaan abdimas, sedang diberlakukan pppk darurat dan pppk berlevel pelaksanaan offline tepat beberapa hari sebelum pppk darurat.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

No	Tahapan	Metode	Tempat
1	Persiapan: Persiapan bahan, Administra si, Surat menyurat, Materi, dll	Mempersiapkan surat tugas, surat izin melakukan kegiatan, surat pernyataan dari mitra, dan materi	Studi literatur
2	Pelaksanaan pendampingan	1. Penguatan penggalan terhadap kebutuhan digital marketing mitra. 2. Pembuatan website 3. Penyerahaan administrasi website	Diskusi
3	Evaluasi : Evaluasi Hasil	Evaluasi hasil kegiatan pelatihan	Diskusi

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Pembekalan Digital marketing

Secara konvensional kain djoempotan sudah memiliki pasar tersendiri, dan ibu sri rumiyati selaku pemilik juga sudah memiliki binaan UMKM

tersendiri, yang dimana mereka juga dapat membantu memenuhi kebutuhan customer dilapangan. Pada pandemi covid-19 bisnis ini juga mengalami kendala pemasaran, pemasaran yang dilakukan sebelumnya lebih sering mengikuti pameran. Kegiatan pameran sangat membantu dalam mengenalkan produk-produk yang dimiliki. Selain pandemi, kebijakan pemerintah terkait social distancing juga turut mempengaruhi proses bisnisnya.

Pada pembekalan konsep digital, pengalihan kembali dan penguatan pada konsep digital marketing yang diinginkan oleh mitra. Mitra sudah memiliki media sosial akan tetapi belum maksimal hal ini dikarenakan mitra belum memiliki karyawan yang secara khusus menanganiti IT mitra, untuk saat ini mitra masih mengelola IT bersama dengan keluarga. Pada tahap ini disampaikan juga kan pentingnya digitalisasi business, baik itu perubahan galery dari konvensional ke digital, mitra juga belum memiliki. Dan pada akhirnya ada tambahan kebutuhan terkait digitalisasi yaitu menambahkan kebutuhan website untuk mitra dan kebutuhan tersebut terkait profiling digital, hal ini akan memudahkan mitra jika sedang membutuhkan profil untuk disampaikan ke calon customer. Seperti mengikuti pameran secara digital, kemudian mengikuti tender dan mengikuti kegiatan pameran bisnis lainnya. Selain itu perlunya ada perbaikan pada fotografi konten marketing, hal ini akan mempengaruhi pada hasil publish di digital marketing. Untuk saat ini mitra masih mengelola IT bersama dengan keluarga.



Gambar 4. Diskusi Digital Marketing

Pembuatan Website Untuk Digital Marketing

Website merupakan salah satu unsur terpenting pada pembuatan digital marketing. Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan (2009)^[5] menyampaikan bahwa digital marketing meliputi pelaksanaan pemasaran didalamnya terdapat branding, dengan memakai media dengan basis web.

Pada proses pembuatan website, kami menggunakan tenaga ahli, dari mulai pembelian domain, hosting dan desain website untuk digunakan sebagai toko online. Website sementara ini masih

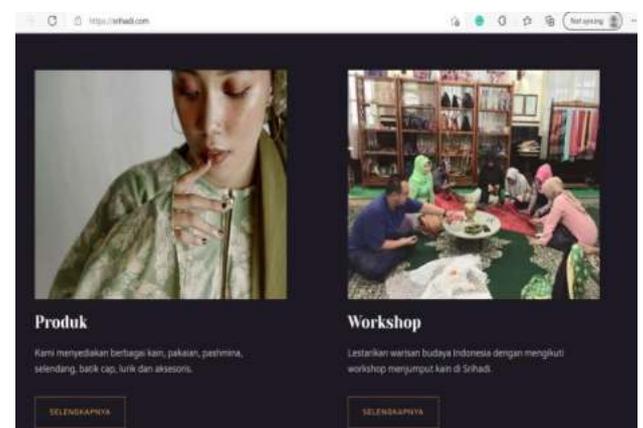
digunakan untuk profiling business. Untuk menentukan domain dari pihak mitra kemudian kami membantu untuk mencari tempat pembelian. Hal ini kami lakukan supaya mitra lebih fokus pada proses bisnis yang dijalankan, proses ini memakan waktu kurang lebih satu bulan hal supaya asil yang diharapkan sesuai dengan permintaan mitra. Dari usulan yang kami sampaikan, revisi dan implementasi pada website mitra, serta kesibukan tenaga ahli. Komunikasi kami lakukan menggunakan whatsapp, baik itu kepada mitra dan kepada tempat dimana kami membeli domain dan hosting tersebut. Fokus digital marketing pada website saat ini terdapat di desain landing page untuk digital marketing, dan kami sesuaikan pada SEO di internet. Kami mengambil referensi dari beberapa website pada bidang usaha sejenis seperti :

- <https://batikindonesia.com/>
- <https://hasa.co.id/>
- <https://danarhadibatik.com/id>
- <https://ezabatik.com/>
- <https://www.motifbatik.web.id/>

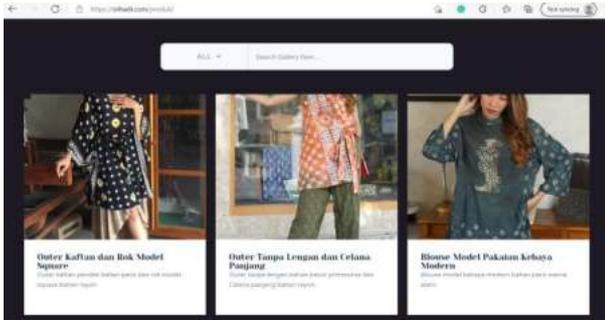
Pada akhirnya mitra memilih menggunakan nama sesuai dengan nama bisnis yang dijalankan yaitu www.srihadi.com., tampilan landing page dapat dicek pada website tersebut.



Gambar 5. Tampilan Depan Website 1

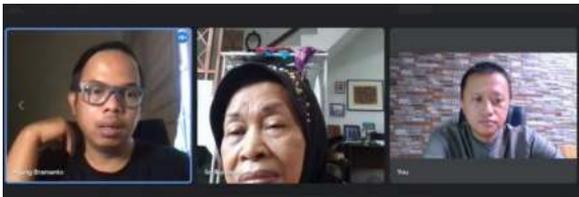


Gambar 6. Tampilan Depan Website 1



Gambar 7. Produk

Setelah semua tampilan website dan isinya sesuai yang diharapkan oleh mitra, selanjutnya kami serahkan segala kepengurusan administrasi website baik itu pengelolaan isi sampai dengan pihak pengelola domain. Proses penyerahan sekaligus evaluasi dan penutupan kegiatan abdimas yang kami selenggarakan di tahun 2021, kegiatan ini kami selenggarakan secara offline.



Gambar 8. Evaluasi Dan Penutupan

Kendala

Secara umum kegiatan berjalan dengan lancar, berdasarkan permasalahan yang ada samapi saat ini batik djoempoetan belum memiliki karyawan bidang IT sehingga untuk evaluasi website yang dimiliki memerlukan bantuan dari anggota keluarga lainnya tidak terjun langsung dibisnis tersebut yang memahami IT, sehingga terkendala untuk update produk di website, meskipun sudah diberikan tutorialnya. Selain itu kendala lain yaitu peraturan pemerintah terkait PPKM berlevel terkait pembatasan bersosial.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan

Digital marketing saat ini merupakan salah satu platform yang efektif dan efisien, terutama dalam meraih jangkauan pasar. Digital marketing juga merupakan investasi di era pandemi, dimana kondisi yang serba tidak pasti, dari peraturan pemerintah maupun kondisi real penyebaran virus covid-19 yang harus ekstra kita waspadi. Optimasi landing page merupakan salah satu cara yang tepat digunakan dalam bisnis, meskipun secara konvensional bisnis sudah memiliki pangsa pasar tersendiri. Hal ini akan meningkatkan pemasaran dan memberikan kemudahan oleh calon pelanggan

yang ingin mengetahui produk-produk para pelaku UMKM. Jangkauan digital marketing tidak hanya secara lokal tapi dapat tercapai secara global. Merupakan keuntungan tersendiri dalam meningkatkan omzet business. Yang perlu dilakukan untuk meningkatkan bisnis secara digital, perlu adanya karyawan tersendiri dalam mengelola konten maupun website yang dimiliki, karena jika tidak dimiliki maka tidak akan terbaca secara optimal di internet.

Saran

Komitmen dalam pengembangan bisnis digital memerlukan pengelolaan tersendiri, kedepan akan lebih baik jika ada karyawan yang khusus dalam mengelola IT. Srihadi.com sudah memiliki ciri khas pada produk kain Djoemputan, hal ini akan menjadi valu tersendiri.

Riset pasar wajib dilakukan kembali mengingat saat ini perilaku konsumen selalu berubah dari waktu ke waktu, perubahan perilaku konsumen biasanya diawali dengan perubahan ekonomi, perubahan lingkungan tinggal dan perubahan teknologi. Hasil dari riset pasar yang baru akan lebih banyak menjangkau pemilih usaha terutama dengan adanya perubahan perilaku konsumen.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada LPPM (Lembaga Pengabdian dan Penelitian Masyarakat Universitas AMIKOM Yogyakarta) selaku pihak pemberi fasilitas sarana, prasarana dan pendaan kegiatan ini sehingga terlaksana dengan lancar dan sesuai harapan. Terima kasih kepada mitra Ibu Sri Rumiwati, selaku pemilik usaha kain jumputan SRIHADI. Sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik meskipun dalam kondisi pandemi covid-19. Serta ucapan terima kasih kepada segenap pihak yang terlibat kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- [1]. Tim Penyusun Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta. 2020. Panduan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat Dosen Universitas Amikom Yogyakarta Edisi 2020. Yogyakarta.
- [2]. Kasali, Rhenald. 2017. *Disruption: Tak ada yang tak bisa diubah sebelum dihadapi, Motivasi saja tidak cukup*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [3]. Heidrick and Struggles. 2009. *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*.

- [4]. Chadwick, F. Ellis dan Dave Chaffey, (2016).
Digital Marketing: Strategi, Implementation and
Practice. England: Pearson Education Limited.
- [5]. Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan (2009).
Creative Digital Marketing. Jakarta: PT Elex
Media Komputindo

