

Pendampingan Pelaku UMKM Wanita untuk Memaksimalkan Marketing melalui Aplikasi SiBakulJogja

Palupi Sri Wijayanti^{1,*}, Wibawa², Titik Mulat Widyastuti³

¹Pendidikan Matematika, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Yogyakarta, Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu Yogyakarta

²Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas PGRI Yogyakarta, Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu Yogyakarta

³PGPAUD, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Yogyakarta, Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu Yogyakarta
e-mail: palupi@upy.ac.id

ABSTRAK

During this pandemic, several creations and innovations are needed to disseminate the products and services provided by MSME (UMKM) actors. This aims to increase their turnover so that they can survive and rise even during a pandemic and slump. This situation encourages the PGRI Yogyakarta University service team to do community service in increasing their knowledge regarding the SiBakul Jogja application. This knowledge is in line with the advantages of this application which can also be used as a choice to promote products and services that have been provided and produced on a wide scale throughout the people of Jogjakarta. In addition, this application also received great support from the Jogjakarta provincial government so that users will get free shipping that makes it easier for consumers. The stages of service are licensing, material preparation, material delivery, and mentoring. The four stages are carried out procedurally so that everything goes according to plan. The results of the service implementation show the enthusiasm of the service participants and have the impact that business owners who have successfully registered their companies in the application can guide other participants.

Keywords: MSMEs, Marketing, SiBakul Jogja, Promotion, Women Entrepreneurs

ABSTRAK

Pada masa pandemic ini diperlukan beberapa kreasi dan inovasi untuk menyebarluaskan produk dan jasa yang disediakan oleh para pelaku UMKM. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan omset mereka agar tetap dapat bertahan dan bangkit walaupun dalam masa pandemic dan terpuruk. Keadaan tersebut mendorong tim pengabdian Universitas PGRI Yogyakarta untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat dalam meningkatkan pengetahuan mereka terkait aplikasi SiBakul Jogja. Pengetahuan ini selaras dengan kelebihan aplikasi ini yang juga dapat digunakan sebagai alternative pilihan untuk mempromosikan produk serta jasa yang telah disediakan dan diproduksi dalam skala luas di seluruh masyarakat Jogjakarta. Selain itu, aplikasi ini juga mendapat support yang sangat besar oleh pemerintah provinsi Jogjakarta sehingga para pengguna akan memperoleh free ongkir yang memudahkan para konsumen. Tahapan pengabdian yaitu perijinan, penyusunan materi, penyampaian materi, dan pendampingan. Keempat tahapan dilakukan secara procedural agar semua berjalan sesuai rencana. Hasil pelaksanaan pengabdian menunjukkan adanya antusiasme para peserta pengabdian dan memberikan dampak bahwa para pemilik usaha yang telah berhasil mendaftarkan perusahaannya di aplikasi maka dapat memberikan bimbingan kepada peserta lain.

Kata kunci: UMKM, Marketing, SiBakul Jogja, Promosi, Wirausaha Wanita

1. Pendahuluan

Permasalahan yang sangat real dan tengah dihadapi oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) selama masa new normal adalah membangunkan kembali perputaran roda perekonomian yang telah lesu. Data Kantor Perwakilan Bank Indonesia Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta menunjukkan, lebih dari 55 persen konsumen tidak dapat mengakses produk-produk UMKM sehingga menurunkan omzet penjualan UMKM. Akibatnya, sekitar 44 persen UMKM terpaksa merumahkan atau melakukan pemutusan hubungan kerja (Kompas, 5 Desember 2020).

Dalam rangka untuk membantu membangkitkan semangat kegiatan berekonomi masyarakat, Dinas Koperasi dan UKM DIY memberikan stimulan dengan memfasilitasi pemasaran melalui daring. Fasilitas ini akan membantu UKM yang produksinya terbeli maka akan diberikan keringanan bebas ongkos kirim. Gratis ongkir sampai dengan Rp 50.000,- dengan pembelian lebih dari Rp 50.000,- radius 30 Km. Namun demikian, pembelian dan pemasaran secara daring ini harus melalui aplikasi yang telah dikeluarkan atau diprogramkan oleh pemerintah daerah melalui SiBakul Jogja.

UMKM adalah salah satu usaha yang bisa dilakukan oleh masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan hidup. Karenanya, UMKM menjadi instrument yang sangat penting dalam memajukan bangsa (Sasongko et al. 2020). Untuk memajukan UMKM tentunya membutuhkan komitmen dan koordinasi yang baik antara pemerintah, pembisnis dan lembaga non bisnis serta masyarakat setempat dengan menerapkan strategi agresif yang berbasis pada ekonomi jaringan (kemitraan) dan pengembangan UMKM dengan cara memberi dukungan positif dan nyata melalui pengembangan sumber daya manusia, teknologi, akses pendanaan serta pemasaran, dan lain-lain (Permatasari1 and Endriastuti 2020).

Sebagai wujud dari komitmen ini, tim pengabdian masyarakat turun terjun langsung ke lapangan dengan melakukan edukasi dan pelatihan dalam mengembangkan katalog produk secara online maupun desain logo produk yang belum dimiliki oleh para peserta (Ferry Rahmat Astianta Bukit, Gea Geby A.S, Irvan 2019). Hal ini tidak lain ditujukan untuk meningkatkan daya tahan “hidup” dan bersaing para pengusaha baru dan wirausaha mandiri dalam meningkatkan kegiatan ekonomi warga masyarakat. Apabila muncul wirausaha baru maka akan memberikan dampak yang signifikan pula terhadap perkembangan Indonesia.

Kondisi tersebut membutuhkan keterlibatan masyarakat secara luas untuk turut mendukung dan menciptakan wirausaha-wirausaha baru sehingga Indonesia tidak tertinggal dengan negara lain. Peningkatan jumlah wirausaha tentunya akan membawa dampak positif pada perbaikan kondisi ekonomi bangsa ini. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), kontribusi UMKM terhadap perekonomian mencapai 61.41 persen, sementara penyerapan tenaga kerja UMKM setidaknya mendominasi hampir 97 persen dari total tenaga kerja nasional. Jumlah UMKM telah mencapai 60 juta unit. Diprediksi pada 2017-2020 jumlah unit UMKM bisa menembus 65 juta unit baik usaha menengah, mikro, dan kecil. Namun tantangan UMKM masih cukup besar khususnya di sektor industri pengolahan. Porsi ekspor nonmigas UMKM masih di bawah 16 persen.

Arus globalisasi juga menjadi tantangan tersendiri bagi pertumbuhan UMKM. Laporan World Economic Forum (WEF) 2010 menempatkan pasar Indonesia pada ranking ke-15.

Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia sebagai pasar yang potensial bagi negara lain. Potensi ini yang belum dimanfaatkan oleh UMKM secara maksimal. Produk-produk asing yang membanjiri pasar dalam negeri menjadi salah satu tantangan utamanya. Peningkatan kualitas sumberdaya manusia dan inovasi produk harus menjadi prioritas utama UMKM dalam negeri agar mampu bersaing dengan produk asing. Menurut Ishak, masalah lain yang dihadapi dan sekaligus menjadi kelemahan UMKM adalah kurangnya akses informasi, khususnya informasi pasar.

Oleh karenanya, perlu kiranya kontribusi dari semua pihak untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM. Dukungan ini sangat penting mengingat UMKM merupakan salah satu tiang penyangga perekonomian bangsa (Permana, Prayudi, and Wirahyuni 2019). Di samping berbagai permasalahan di atas, pada umumnya permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha kecil menengah dalam menjalankan usahanya diantaranya yaitu promosi, marketing, dan perluasan pasar. Demikian pula tujuan dari tim pengabdian Universitas PGRI Yogyakarta dalam turut serta berpartisipasi untuk meningkatkan kualitas SDM para pelaku UMKM.

2. Kajian Pustaka

2.1. SiBakul Jogja

Aplikasi SiBakul Jogja merupakan aplikasi yang disediakan oleh pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta melalui Dinas Koperasi dan Perindustrian serta UMKM. Kata SiBakul Jogja merupakan singkatan suatu kata atau akronim dari kalimat Sistem Informasi Pembinaan Koperasi dan Pelaku Usaha. Selanjutnya, kata Jogja merupakan nama populer dari wilayah Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. Hadirnya aplikasi SiBakul Jogja ini merupakan manifestasi dari inovasi suatu program untuk tatakelola Koperasi dan UMKM terpadu. Kata terpadu disini memiliki arti bahwa system SiBakul Jogja memuat database dan klastering/pengelompokan UMKM sebagai upaya dalam pembinaan bagi pelaku usaha dengan strategi yang cocok, efektif, serta tepat sesuai kebutuhan dan terus berkesinambungan.

Keunggulan SiBakul Jogja antara lain yaitu tersedianya bebas ongkos kirim dan ini cukup menarik bagi para konsumen selama masa pandemic. Ongkos kirim tersebut ditanggung kepada pemerintah sehingga para konsumen hanya membayar barang/produk yang dibelinya. Dengan adanya kemudahan ini, diharapkan para pelaku usaha tidak jenuh dan tetap semangat untuk berinovasi, berkreasi, serta beradaptasi dengan kecanggihan tekonoologi yang berlari sungguh cepat. Hal yang sangat principal yaitu, pelaku UMKM harus tetap bersinergi antara pemerintah, *stakeholder*, akademisi, perbankan, maupun media. Dengan adanya Si Bakul Jogja diharapkan agar masyarakat yang memiliki usaha menengah ke bawah mampu membangun dan bersaing di dalam dunia bisnis di lingkup wilayah Yogyakarta.

Masyarakat saat ini memang menginginkan semua kebutuhan dapat diperoleh dengan cara yang cepat dan mudah. Hal ini sering ditemui diberbagai lokasi dengan keinginan tanpa harus keluar rumah maka akan mudah mendapatkan barang-barang yang dibutuhkan dengan bermodalkan *smartphone*. Sebagai contohnya yaitu apabila terasa lapar atau menginginkan sesuatu barang tanpa harus keluar rumah dikarenakan kesibukan ataupun karena terkendala cuaca di luar yang sedang tidak bersahabat, maka kita tinggal

order pada aplikasi tertentu di *smartphone*. Selang beberapa menit kemudian maka makanan ataupun barang-barang yang dibutuhkan telah sampai pada konsumen.

Realita perkembangan zaman sekarang seperti itu, walaupun masih terdapat segelintir orang yang menganggap hal ini ibarat sihir. Jika terus menerus berpikiran seperti itu sudah pasti akan menjadi semakin terpuruk dan ketinggalan zaman apalagi para pelaku bisnis. Sebab kebanyakan manusia saat ini baik tua apalagi yang muda sudah mulai *melek* media dan ketergantungan dengan kecanggihan teknologi digital.

Si Bakul Jogja telah menyediakan fitur pembagian kelompok usaha masyarakat antara lain makanan khas, pakaian batik, oleh-oleh, buah-buahan, jamu tradisional, hasil olah pertanian, bidang jasa, tanaman hias, aksesoris rumah dan lain sebagainya. Sudah saatnya produk-produk local dan bersaing dan memberikan omset yang sangat baik bagi para pelakunya. Karena dengan demikian, akan secara langsung membangkitkan perekonomian yang kuat di dalam masyarakat. Hal ini secara jelas bahwa aplikasi Si Bakul Jogja beniat untuk mengajarkan prinsip menggerakkan roda perekonomian dari masyarakat, oleh masyarakat, dan untuk masyarakat secara mandiri. Layaknya bola salju yang terus berputar, perekonomian masyarakat diharapkan dapat terus berkembang secara signifikan dan dapat mensejahterakan kehidupan masyarakat itu sendiri, terutama di Daerah Istimewa Yogyakarta sekitarnya dan di seluruh Indonesia pada umumnya.

Tidak hanya itu saja dalam menyebutkan keunggulan aplikasi SiBakul Jogja. Aplikasi ini ternyata dapat menampilkan produk-produk yang mudah dicari dan berada pada lingkungan sekitar. Oleh karenanya, dapat memudahkan untuk memunculkan inspirasi bagi para pengusaha untuk membuat inovasi yang baru dan kreatif, juga diharapkan dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi para pengangguran, serta bagi mereka yang mempunyai keterbatasan fisik, karena keterbatasan fisik bukanlah penghalang bagi mereka untuk menyalurkan kreatifitas dan potensi yang mereka miliki.

2.2. Promosi melalui Media Sosial dan Marketplace

Di masa sekarang, digitalisasi semua lini kehidupan sangatlah terasa. Sebagian besar masyarakat Indonesia telah mengetahui adanya media social baik Facebook, Instagram, dan Youtube ataupun *online marketplace*. Tidak hanya mengetahui saja bahkan mayoritas penduduk Indonesia telah menjadi pengguna aplikasi tersebut dengan sangat lihai (Sasongko et al. 2020). Oleh karena itu, *social media marketing* dapat menjadi peluang bagi pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Dengan bantuan jalur di *social media marketing*, para pelaku usaha dapat mempromosikan dan menawarkan berbagai jenis produk dan atau jasa bahkan dengan biaya yang murah, hingga gratis.

Ibarat mata pisau, selain memiliki kebermanfaatn dan benefit yang sangat banyak, *social media marketing* juga dapat menyebabkan runtuhnya atau hancurnya suatu usaha rintisan yang sedang berkembang. Hal ini disebabkan akibat adanya informasi ketidakpuasan terhadap produk atau jasa dari suatu perusahaan tersebut (Rizal et al. 2020). Dengan demikian, sebagai upaya dalam memaksimalkan penggunaan media sosial selama berbisnis, maka sangat perlu agar dapat memahami ilmu dan cara menggunakannya.

Social media marketing juga merupakan bagian dari *Online marketplace* yang dapat menjadi tempat tepat bagi pebisnis baru yang sedang memulai bisnisnya, juga pelaku bisnis lama yang ingin memperluas jangkauan pasar serta konsumennya. Terdapat banyak nilai

yang lebih unggul dalam menggunakan *marketplace* dan menjadikannya sebagai salah satu *platform e-commerce* paling banyak digunakan (Permana et al. 2019). Namun sebelum memulai jual beli di *marketplace*, sebaiknya pelaku bisnis mempelajari hal-hal mendasar dan menjadikannya sebagai bahan pertimbangan.

Perlu diketahui sebelumnya bahwa *marketplace* adalah pusat berkumpulnya konsumen dan produsen yang sangat potensial. Ada baiknya untuk selalu memperhatikan traffic di tiap *marketplace* yang akan dipilih untuk memulai berbisnis. Hal-hal yang perlu dibandingkan atau dipelajari yaitu berapa banyak pengunjung pengunjung *website marketplace* serta kualitas produk-produk yang ditawarkan dalam *marketplace* tersebut (Mochammad Hatta, Mitha Otik Wiraswati, Erni Mawar Lisa 2019). Kuantitas pengunjung sangat penting untuk diketahui agar dapat menentukan pangsa pasar yang paling ramai dan cocok.

Dalam memperhatikan *marketplace*, apabila terlihat ramai traffic dan terdapat banyak pengunjung namun bukan berarti bahwa mereka akan langsung membeli produk-produk pada lapak yang telah disiapkan para pelaku usaha. Pada dasarnya, *marketplace* jelas dipenuhi oleh para *customer* yang aktif untuk mencari produk kebutuhan mereka dan berniat untuk membeli sehingga pemilik bisnis juga harus berusaha dalam menarik perhatian pengunjung (Himawan, Saefullah, and Santoso 2015). Beberapa contoh teknik dalam menarik perhatian para konsumen dapat dilakukan dengan memaksimalkan penggunaan *keywords* yang relevan sebagai nama produk yang ditawarkan pada *marketplace* atau masuk ke komunitas-komunitas pedagang untuk saling memberikan *exposure*.

Berjualan di *marketplace*, ada hal yang perlu disiapkan dalam mempertimbangkan fee penjualan selama *traffic* jual beli berlangsung. beberapa *fee* yang perlu kamu pertimbangkan. Adakalanya *marketplace* juga menggratiskan pelaku bisnis untuk membuka lapak di *platformnya*, namun ada juga yang berbayar. Hal ini juga akan menjadi bahan pemikiran apabila akan membuka *official store*. Ada pula biaya pengiriman dan *marketing* atau *ads* di *marketplace* yang harus dipertimbangkan untuk kelangsungan bisnis.

Marketplace sudah pasti dapat membantu para pemilik bisnis dalam mempromosikan bisnis baik di dalam maupun luar *platform*. Sebaiknya perlu memperhatikan *tools* apa saja yang tersedia dan dapat digunakan di *marketplace*, berapa biaya yang diperlukan sebagai bahan pengeluaran, juga seberapa efektif *tools* tersebut jika menggunakannya. Ketahui juga kelebihan dan kekurangan tiap *tools* agar dapat memilih mana yang akan digunakan. Contoh *tools*, misalnya, *gold merchant* di Tokopedia.

Setiap *platform marketplace* memiliki aturan dan kebijakan masing-masing sehingga terkadang ini menyebabkan para pelaku usaha tidak dapat dengan bebas menjual produk ataupun menampilkan *branding* yang kuat di *marketplace*. Di samping itu, pasti terdapat kemudahan suatu platform marketplace seperti aturan proses pengembalian produk.

Setelah melakukan pemilihan *marketplace*, dapat pula mengambil keputusan untuk menjual multi marketplace sehingga dapat mengekspansi usaha yang sedang dirintis (Sasongko et al. 2020). Namun hal tersebut memiliki resiko yang besar apabila terdapat human error seperti lalai stok produk. Jika hal ini terjadi maka secara langsung akan

menurunkan performa perusahaan dan akan berdampak kepada kepuasan konsumen hingga reputasi brand.

3. Metode Penelitian

Secara kronologis, pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan rincian kegiatan sebagai berikut:

Waktu dan Tempat

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan mulai tanggal 28 Maret hingga 9 April 2021. Tempat pengabdian masyarakat di Rumah Produksi 2R Batik Craft yang beralamatkan Jl. Pleret Gang Nakulo RT05 Kerto Barat, Kerto, Pleret, Bantul, Yogyakarta, 55791.

Pemberian Materi dan Bimbingan

Pemberian materi dilakukan kepada para peserta dengan melibatkan seluruh tim pengabdian agar dapat tersampaikan dengan lengkap. Materi yang diberikan adalah tentang pengenalan aplikasi SiBakul Jogja, cara pembuatan akun, cara mendaftarkan identitas perusahaan pada akun, dan cara mengaktifkan notifikasi SiBakul Jogja. Pembimbingan dilakukan selama pelaksanaan pengabdian baik secara langsung face to face saat penyampaian materi atau secara online melalui grup komunikasi baik pesan maupun panggilan.

Observasi Lapangan

Observasi lapangan dilakukan untuk menentukan UMKM mana yang dapat bekerja sama dan memiliki permasalahan terhadap promosi dan marketing. Selain itu, observasi juga dilaksanakan dalam rangka menemukan kesepakatan lokasi pengabdian bersama para peserta pengabdian dan pemilik usaha UMKM.

Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

Pelaksanaan pengabdian dilakukan dalam beberapa tahap yaitu:

1. Perijinan
2. Penyusunan materi
3. Penyampaian materi
4. Pendampingan

Keempat tahap tersebut dilakukan setelah observasi lapangan dilakukan sebagai administratif legalitas pelaksanaan sehingga perijinan disampaikan secara formal. Penyusunan materi dilakukan dengan menyusun bahan yang akan disampaikan dan digunakan saat pelaksanaan pengabdian di lokasi. Adapun penyusunan materi dilakukan secara tim dan disampaikan kepada para anggota untuk memperoleh persetujuan. Penyampaian materi dilakukan secara bergantian oleh tim pengabdian dan disertai dengan tanya jawab. Tahapan yang terakhir yaitu pendampingan yang dilakukan dengan memberikan motivasi serta arahan dalam melakukan promosi serta teknik marketing produk yang telah siap dijual atau dikomersialkan.

4. Hasil Pelaksanaan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Bulan April 2021, bertempat di rumah produksi pelaku UMKM 2R Batik & Craft dengan alamat Jl. Pleret Gang Nakulo RT 05 Kerto Barat, Kerto, Pleret, Kec. Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil pengabdian dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu:

Tahap 1: Perijinan dan penentuan jadwal pelaksanaan serta peserta kegiatan

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan koordinasi untuk ijin melaksanakan pengabdian di lokasi tersebut dengan topic pengabdian adalah penerapan aplikasi SiBakul Jogja bagi pelaku UMKM. Hasil perijinan menyebutkan pelaksanaan pengabdian diijinkan bahkan dicarikan para tim *marketing* dari para pelaku UMKM yang tergabung dalam Dekranasda (Dewan Kerajinan Nasional Daerah) kabupaten Bantul Kapanewon Pleret. Setelah disetujui maka tim pengabdian bersiap menyusun modul untuk melakukan pengabdian dalam pengaplikasian SiBakul Jogja.



Gambar 1. Para peserta pengabdian di UMKM 2R Batik Craft beserta tim pengabdian dari UPY

Tahap 2: Penyusunan Modul Penggunaan SiBakul Jogja

Penyusunan modul penggunaan SiBakul Jogja ini bertujuan untuk memudahkan para peserta untuk mengikuti pelaksanaan pengabdian dan dapat digunakan lagi setelah pelaksanaan pengabdian. Modul SiBakul Jogja juga diberikan kepada para peserta secara gratis agar dapat digunakan saat pelaksanaan pengabdian. Konten modul yang digunakan dalam pengabdian memuat pengenalan aplikasi SiBakul Jogja, pembuatan akun, pengisian kelengkapan identitas perusahaan UMKM, serta berbagai fitur yang dapat digunakan para pengguna dalam meningkatkan performa perusahaannya.

MODUL PELATIHAN
MEMPROMOSIKAN PRODUK MELALUI SIBAKULJOG.



OLEH:

TIM PENGABDIAN

PALUPI SRI WIJAYANTI, M.Pd.

WIBAWA, M.Kom.

TITIK MULAT WIDYASTUTI, M.Si.

ENJANG MAHANANI

SISKA LUSIANI

Gambar 2. Cover modul pelatihan

Tahap 3: penyampaian materi

Penyampaian materi terkait aplikasi SiBakul Jogja dilakukan secara bergantian oleh tim pengabdian dan juga dilakukan secara berkeliling untuk melihat dan memperhatikan ketercapaian materi yang disampaikan. Selain itu, tim pengabdian juga memberikan contoh serta mencoba melakukan pendaftaran bagi para pelaku usaha yang merasa kesulitan dalam mengakses aplikasi SiBakul Jogja. Dalam hal ini sangat perlu pendampingan lebih lanjut karena sekali saja penyampaian materi yang diberikan oleh tim pengabdian masih dirasa kesulitan bagi para peserta untuk mengikuti dan mengaplikasikan.



Gambar 3. Penyampaian materi SiBakul Jogja

Tahap 4: Pendampingan pendaftaran dan akses fitur SiBakul Jogja

Pada tahap pendampingan ini dilakukan setelah penyampaian materi dan tim pengabdian berkeliling di tempat duduk peserta pengabdian. Saat keliling tersebut tim pengabdian menemukan beberapa kendala yang dialami oleh peserta dalam melakukan

pendaftaran akun. Salah satunya adalah tidak mengetahui NIK (Nomor Induk Kependudukan). Namun hal tersebut juga sedikit dapat teratasi dengan melihat beberapa dokumen atau foto yang terdapat pada hp para peserta apakah ada yang memuat NIK mereka atau tidak. Selain itu, pendampingan ini juga diharapkan dapat memberikan nilai lebih dan tepat bagi para peserta untuk mengaplikasikan SiBakul Jogja dalam menyebarkan informasi produk yang dibuat oleh para pelaku usaha kepada masyarakat ramai.



Gambar 4. Pendampingan peserta pengabdian dalam pendaftaran SiBakul Jogja

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dengan judul: “Pendampingan Pelaku UMKM Wanita untuk Memaksimalkan Marketing melalui Aplikasi SiBakul Jogja” didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Pelaku UMKM wanita yang ada di Kapanewonan Pleret sangat berantusias dengan keberadaan aplikasi SiBakul Jogja.
- b. Para pemilik usaha yang telah mencoba mendaftarkan usahanya di aplikasi SiBakul Jogja dan dapat menerapkan serta mengembangkan sehingga dapat pula mengajarkan kepada pelaku usaha yang lain.
- c. Pelaku usaha wanita di Kapanewonan Pleret berharap aplikasi SiBakul Jogja dapat terus berkembang dan terus dimanfaatkan oleh mereka sehingga berdampak signifikan.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas PGRI Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada tim kami untuk melakukan pengabdian. Terima kasih yang selanjutnya kami sampaikan kepada para pengurus dekranasda kabupaten Bantul yang dengan ringan hati untuk bergabung dalam pengabdian yang kami lakukan. Selain itu, kami sampaikan terima kasih pula kepada para pelaku Usaha di wilayah kapanewonan Pleret yang terlibat aktif selama pelaksanaan pengabdian.

REFERENCES

- Ferry Rahmat Astianta Bukit, Gea Geby A.S, Irvan, Fahmi. 2019. "PEMBUATAN WEBSITE KATALOG PRODUK UMKM UNTUK PENGEMBANGAN PEMASARAN DAN PROMOSI PRODUK KULINER WEBSITE CREATION PRODUCT CATALOG MSMEs FOR MARKETING AND PROMOTION DEVELOPMENT OF CULINARY PRODUCTS." 229-236 3(2).
- Himawan, Himawan, Asep Saefullah, and Sugeng Santoso. 2015. "Analisa Dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (E-Commerce) Pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif." *Scientific Journal of Informatics* 1(1):53–63.
- Mochammad Hatta, Mitha Otik Wiraswati, Erni Mawar Lisa, Rista Afrida. 2019. "PELATIHAN INTERNET UNTUK USAHA KECIL MENENGAH." *Among : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 01(01):9–17.
- Permana, Agus Aan Jiwa, Made Aristia Prayudi, and Kadek Wirahyuni. 2019. "Program Kemitraan Masyarakat Umkm Kerajinan Kayu (Bowl Dan Bokor) Di Kecamatan Buleleng, Singaraja-Bali." *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat (SENADIMAS) 4* 140–48.
- Permatasari1, Maurisia Putri, and Annysa Endriastuti. 2020. "Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Bagi Umkm Di Kecamatan Kedungpring, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur." *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)* 4(1):91.
- Rizal, M., A. Aslinda, M. J. Firman, and ... 2020. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Di Kelurahan Malakaji Kabupaten Gowa." *Seminar Nasional ...* 520–24.
- Sasongko, Dimas, Intan Rahma Putri, Vivi Nur Alfiani, Saskia Dyah Qiranti, Riski Sinta Sari, and Pramania Eka Allafa. 2020. "Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung." *Jurnal Ilmiah Pangabdhi* 6(2):92–96.