

Pengenalan Pemasaran Menggunakan Internet Kepada Jamaah Masjid Cawang

Rutman L.Toruan¹, Posma Sariguna Johnson Kennedy², Emma Tampubolon³,
Suzanna Josephine L.Tobing⁴, Angelica Stefanny Sabanari⁵, Maria Alfarani⁶

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Kristen Indonesia, Jakarta

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, RT.5/RW.11, Cawang, Kramatjati, DKI Jakarta 13630

E-mail: rutman.toruan@gmail.com¹, posmahutasoit@gmail.com²

ABSTRAK

Mayoritas penduduk berpikir bahwa pemasaran dengan menggunakan internet/ digital. Ini perlu untuk dipahami manfaatnya, bahwa konsumen dan produsen saling terkait satu sama lain. Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan memperkenalkan pemasaran menggunakan internet sebagai alternatif menambah penghasilan keluarga. Dalam hal ini di jelaskan bagaimana menggunakan fasilitas internet dan *software* yang di fasilitasi bisnisku dengan aplikasi *Google Bisnis*. Pemasaran internet merupakan sebagian pemasaran digital dan ruang lingkupnya jauh melampaui pemasaran internet. Selain menjelaskan berbagai saluran di bawah pemasaran digital, juga diuraikan tentang beberapa saluran di bawah pemasaran internet. Secara keseluruhan Jamaah Masjid mengerti konsep pemasaran internet dengan menggunakan *google bisnisku*, namun belum mampu mempratekkannya secara nyata. Diperlukan penyertaan berikutnya untuk memberikan pelatihan sampai mereka mampu menggunakannya.

Kata kunci : Pemasaran, Internet, *Google Bisnis*, Pemasaran Internet

ABSTRACT

The majority of the population thinks that marketing uses internet / digital. This needs to be understood its usefulness, that consumers and producers are related to one another. Implementation of Community Service is aimed at introducing marketing using the internet as an alternative to increase family income. In this case, it is explained how to use internet facilities and software facilitated by my business with the Google Business application. Internet marketing is part of digital marketing and its scope goes far beyond internet marketing. In addition to explaining the various channels under digital marketing, it also outlines several channels under internet marketing. Overall the Jamaah Masjid understands the concept of internet marketing using Google My Business, but has not been able to practice it real. Subsequent inclusion is needed to provide training until they are able to use it.

Keywords: Marketing, Internet, *Google Business*, Internet Marketing

1. PENDAHULUAN

Digital marketing suatu wadah untuk aktivitas melakukan pemasaran jenis produk maupun jenis jasa, yang didesain menggunakan format dengan bentuk yang diprogramkan dengan *software media digital*. Tujuan dari kegiatan dari pemasaran, adalah untuk meningkatkan pendapatan dan volume penjualan dengan cara memperkenalkan serta jangkauan segmen pasar masyarakat yang banyak yang sudah menggunakan dan terkoneksi kedalam jaringan media social yang di banyak

dipergunakan masyarakat target customer secara efisien, personal dan relevan. Pemasaran digital ini memadukan teknik serta pengetahuan komunikasi dan teknologi informasi. Selanjutnya, untuk mengetahui penggunaan digital marketing. Perlu dilakukan pengenalan dan pelatihan, pendampingan untuk praktik digital marketing.

Pemasaran digital sering disebut sebagai pemasaran internet, pemasaran online, atau pemasaran web. Dengan meningkatnya penggunaan media digital, istilah pemasaran digital dan dampaknya juga telah berkembang. Pemasaran digital adalah salah satu yang paling nyaman dan cara

pemasaran yang efektif akhir-akhir ini dan dengan perkembangan teknologi, teknik dan cakupannya juga mengembangkan. Ketika pemasaran digital berkembang, sebagian besar hanya di internet, dan itulah alasannya mulai dapat disebut sebagai pemasaran internet, pemasaran web atau pemasaran online. Bahkan saat ini banyak negara masih merujuk digital pemasaran sebagai pemasaran internet, dan sebagian besar populasi masih berpikir bahwa mereka memiliki arti yang sama. Tapi itu sangat Penting untuk dipahami bahwa pemasaran digital dan pemasaran internet bukanlah hal yang sama. Penjelasan rinci tentang keduanya diberikan di bawah ini. Pemasaran digital adalah pemasaran yang menggunakan teknologi digital online dan offline, serta internet pemasaran adalah pemasaran hanya menggunakan teknologi online atau di internet. Jadi pada dasarnya pemasaran internet hanya bagian dari pemasaran digital, tetapi pemasaran digital memiliki banyak saluran lain di bawahnya. Sangat penting untuk memahami perbedaan antara pemasaran digital dan pemasaran internet karena mungkin membantu kami dalam membentuk pemasaran kami secara keseluruhan strategi. Artikel ini mempelajari keduanya secara rinci, dan kemudian menyimpulkan dengan mengidentifikasi perbedaan di antara mereka.

Tujuan khusus pelaksanaan pelayanan pada masyarakat ini adalah memberikan pengenalan penggunaan Google Bisnisku kepada masyarakat, meningkatkan pemasaran dari usaha yang dilakukan masyarakat/UKM dengan menggunakan jaringan internet, dan meningkatkan kerja sama dengan masyarakat dalam hal penggunaan internet untuk menjangkau konsumen untuk meningkatkan usaha masyarakat.

2. PERMASALAHAN

Permasalahan yang muncul adalah kemampuan keluarga dalam menggunakan fasilitas internet khususnya pemanfaatan aplikasi *google bisnis*-ku. Tujuannya adalah meningkatkan jaringan pemasaran menggunakan alat komunikasi *handphone* dalam usaha meningkatkan pendapatan berusaha dan kesejahteraan.

Solusi Permasalahan

Pemasaran internet, yang meliputi pemasaran email, optimisasi mesin pencari, pemasaran media sosial, bayar per klik, menampilkan iklan di situs web, iklan, pemasaran mesin pencari, menelepon kembali atau menahan nada dering ponsel, dll. Ini Saluran dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu saluran internet dan non-internet. Pemasaran internet adalah salah satu yang saluran paling mahal yang juga disebut pemasaran digital.

Identifikasi dan Masalah

Saat ini penjualan barang hasil usaha UKM dari konsumen jangkauan pemasarannya masih tingkat local. Secara rinci permasalahan ini ingin dipecahkan dengan menggunakan teknologi informasi dengan menggunakan Google Bisnis dalam kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dengan melakukan pelatihan menggunakan google Bisnis yang tersedia dari aplikasi google.

Tujuan Kegiatan Pemasaran Internet.

Tujuan kegiatan sosialisasi pada masyarakat ini adalah untuk mengetahui cara melakukan aktivitas pemasaran dengan menggunakan internet dengan menggunakan fasilitas yang diberikan dari google.com dengan bisnisku kepada Jamaah Masjid Baitul Muhtadhiin.

Manfaat Kegiatan Sosialisasi

Manfaat Kegiatan sosialisasi ini adalah agar masyarakat dapat mengetahui dan membuat pemasaran dengan menggunakan internet untuk memasarkan barang atau produk yang dihasilkan, untuk meningkatkan jangkauan pemasaran serta menaikkan penjualan, yang akhirnya meningkatkan pendapatan masyarakat yang ikut dalam kegiatan.

Target dan Luaran

Melalui Pelatihan aktivitas Google Bisnis di Mesjid Baitul Muhtadhiin yang berlokasi di dekat kampus yang dilaksanakan dengan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia bekerjasama dengan Lions Club, ini akan menghasilkan luaran berupa :

1. Peserta mengenal website bisnisku dengan menggunakan google bisnisku dari software yang sudah tersedia dalam Google yang dapat di download dan tersedia di Appl web Store.
2. Artikel hasil kegiatan disebarluaskan dengan bentuk artikel yang di publikasi di Jurnal/Call Paper, ataupun Prosiding.

3. METODOLOGI

Metodologi penulisan laporan ini adalah dengan metode deskriptif. Metode pelaksanaan diawali dengan rapat perencanaan, persiapan bahan, pelaksanaan dan evaluasi.

Sebagaimana dijelaskan dalam permasalahan yang sudah diuraikan, maka kondisi mitra dapat diperbaiki dan ditingkatkan kemampuan dan penguasaan materi pelatihan, sehingga dapat memberikan dampak kepada tingkat pendapatan peserta.

Dalam melaksanakan aktivitas ini dengan baik dilakukan tahapan

- Tahapan Persiapan yaitu tahapan administrasi, kordinasi dengan dosen dan mahasiswa

- Penyiapan Materi pelatihan tentang bisnisku dengan menggunakan google bisnisku
- Melakukan diskusi dalam menyediakan materi
- Penyiapan Modul pelatihan google bisnisku
- Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Masjid Baitul Mujtahidin.



Gambar 1. Rapat Persiapan PkM

Hasil pembuatan proposal dipresentasikan dalam panel di LPPM UKI. Setelah dinyatakan dapat dilaksanakan, dilakukan persiapan-persiapan lanjutan yaitu dengan menyiapkan presentasi dengan melibatkan mahasiswa.



Gambar 2. Presentasi Proposal di depan LPPM UKI



Gambar 3. Melatih Mahasiswa dalam Presentasi

Kegiatan dilakukan dalam rangkaian kegiatan Lions Club dan Masjid Baitul Mujtahidin dalam pelaksanaan pemeriksaan katarak mata, yang bekerja sama dengan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Jakarta dalam pengenalan pemasaran internet.

Metode pelaksanaan adalah dengan memberikan pengenalan pemasaran internet kepada Jamaah Masjid Baitul Mujtahidin Cawang, untuk dapat dipergunakan dalam memasarkan produk yang dihasilkan oleh para keluarga peserta.



Gambar 4. Bersama Anggota Lions Club

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran Internet adalah bagian dari pemasaran Digital. Pemasaran Internet atau pemasaran online mengacu pada penggunaan pemasaran berbagai saluran di internet. Ini termasuk, optimisasi mesin pencari, bayar per klik, pemasaran media sosial, email.web, iklan online digital,

platform pemasaran online, pemasaran seluler (aplikasi).

Mesin pencari Pemasaran

Pemasaran *Search Engine* adalah bagian dari pemasaran internet. Ini adalah proses yang membantu dalam mempromosikan situs web dengan meningkatkan visibilitasnya dengan bantuan alat-alat tertentu seperti iklan berbayar, optimisasi mesin pencari, dan pencarian lainnya layanan mesin yang akan membantu dalam meningkatkan lalu lintas pencarian ke situs web. Pemasaran *Search Engine* adalah istilah yang lebih luas dibandingkan dengan *Search Engine Optimization*. SEO umumnya dianggap sebagai bagian dari SEM. SEO membantu mencapai yang lebih baik hasil pencarian organik, sedangkan SEM membantu kami menargetkan pengguna dengan bantuan tautan iklan berbayar dalam pencarian halaman hasil mesin bersama dengan hasil pencarian organik sehingga pengguna yang ditargetkan akan mengunjungi situs web. Pemasar pencarian memanfaatkan banyak platform pencarian berbayar. Dari situ platform pencarian berbayar yang paling utama adalah Google AdWords, diikuti oleh Bing Ads dan Yahoo. Selain itu, ada berbagai platform Bayar per klik lainnya dan masuk Selain itu peluang iklan PPC di beberapa jaringan media sosial populer. Mesin pencari kualitas pemasaran yang paling penting adalah bahwa ia menawarkan sponsor kesempatan untuk menempatkan iklan mereka di hadapan pelanggan yang siap membeli produk tertentu pada saat yang tepat.

Pemasaran Digital Menggunakan Internet

Pemasaran digital, seperti istilahnya, mengacu pada pemasaran melalui teknologi digital. Dengan meningkatnya penggunaan dan pentingnya teknologi secara global, pemasaran digital telah menjadi lebih umum dan pentingnya serta efektivitasnya dalam meningkat dengan cepat seiring waktu. Pemasaran digital menggunakan semua saluran elektronik atau gadget listrik atau elektronik media untuk pemasaran atau promosi produk, layanan, atau merek. Pemasaran digital juga membantu organisasi atau lembaga dalam analisis kampanye pemasaran mereka karena mereka membantu mencatat semua kampanye yang membantu mengukur efektivitas setiap kampanye. Pemasaran digital menyimpan catatan jumlah dan durasi penayangan apa pun iklan tertentu, pos, dll. dan pengaruhnya terhadap penjualan, sehingga mengukur total dampaknya. Beberapa saluran yang terkait dengan pemasaran digital adalah pemasaran SMS, iklan cetak digital, pemasaran televisi, iklan radio, dll.

Pemasaran digital memiliki kelebihan dan kekurangan, dan jika ditangani dengan cara yang benar, itu bisa menjadi keuntungan bagi perusahaan selain itu juga bisa menjadi kutukan. Keuntungan utama dari ini adalah, ia menjangkau sejumlah besar

pelanggan dalam waktu yang sangat singkat juga lebih murah, sehingga menghemat biaya perusahaan dan juga meningkatkan jumlah orang yang dijangkau. Pemasaran digital juga membantu untuk mencatat perilaku konsumen yang meliputi preferensi mereka, respons terhadap berbagai produk, layanan dan merek, dll. sehingga perusahaan dapat membuat atau merencanakan strategi pemasaran lebih lanjut berdasarkan pengamatan ini, mereka juga dapat memutuskan penawaran produk masa depan mereka dengan melihat perilaku pelanggan. Pada saat yang sama, pemasaran digital tidak hanya memungkinkan pelanggan untuk berinteraksi dengan perusahaan tetapi memungkinkan mereka untuk berinteraksi satu sama lain, karena itu pelanggan sekarang tidak hanya akan tahu apa yang diinginkan perusahaan sekarang tentang produk atau layanan mereka tetapi juga akan tahu apa kata pengguna atau pelanggan lain tentang perusahaan. Ini berfungsi sebagai keuntungan dan kerugian. Itu perusahaan harus menjaga penawarannya tanpa cacat dan terbaik untuk menjaga citra di pasar sebagai berita atau pesan menyebar sangat cepat dengan bantuan teknologi ini, tetapi pada saat yang sama jika pelanggan yang ada suka penawaran dari perusahaan, ini berfungsi sebagai keuntungan karena akan menarik semakin banyak pelanggan. Jurusan lainnya

tantangan yang dihadapi karena pemasaran digital adalah persaingan yang sangat sulit karena biayanya yang lebih murah. Karena biayanya lebih murah dan menjangkau lebih banyak pelanggan yang berfungsi sebagai keuntungan, juga menarik banyak perusahaan. Perusahaan dari setiap skala menggunakan teknik pemasaran digital, dan ini membuatnya sangat kompetitif, yang merupakan kerugian bagi perusahaan karena menjadi lebih sulit untuk menarik perhatian pelanggan, dan juga pelanggan kehilangan banyak hal yang relevan data.

Semua keuntungan, kerugian, dan dampak umum pemasaran digital ini berlaku di semua saluran pemasaran digital. Sebagaimana dinyatakan di atas ada berbagai saluran pemasaran digital, dan dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu pemasaran internet dan pemasaran non-internet. Penjelasan rinci tentang pemasaran internet diberikan kemudian dalam artikel ini, tetapi penjelasan singkat tentang pemasaran internet dan berbagai saluran pemasaran digital non-internet diberikan di bawah ini untuk pemahaman konsep yang lebih baik.

Menurut Waluyo Jati, online marketing adalah segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet.

Menurut Bambang Supradono, kunci keberhasilan dalam melakukan marketing di internet dan menarik sebanyak mungkin para surfer untuk dari waktu ke waktu sering datang ke web yang kita rancang sehingga akhirnya melakukan pembelian adalah kreatifitas, kustomisasi, dan convenience.

Urban menyatakan bahwa 'igital marketing menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi pemasaran tradisional

5. KESIMPULAN

Secara keseluruhan Jamaah Masjid mengerti konsep pemasaran internet dengan menggunakan google bisnisku, namun belum mampu mempratekannya secara nyata. Diperlukan penyertaan berikutnya untuk memberikan pelatihan sampai mereka mampu menggunakannya. Di era teknologi modern saat ini perlu diperkenalkan untuk dapat melihat peluang-peluang yang ada dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- searchengineland.com. Apa itu sem? Ppc & pemasaran pencarian berbayar dijelaskan. (nd). Diperoleh 16 Februari 2016, dari <http://searchengineland.com/guide/what-is-paid-search>
- www.businessdictionary.com. Apa itu pemasaran internet? (nd). Diperoleh pada 15 Februari 2016, dari <http://www.businessdictionary.com/definisi/internet-marketing.html>

www.reliablesoft.net (2013). Pemasaran Digital VS Pemasaran Internet - Apa tren terbaru? Diakses pada 17 Februari 2016, dari <https://www.reliablesoft.net/digital-marketing-vs-internet-marketing-what-is-the-latest-trend/>

www.smartinsights.com (2015). Definisi Emarketing vs Internet vs Digital marketing. Diperoleh 16 Februari 2016, dari <http://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/online-marketing-mix/definitions-of-emarketing-vs-internet-vs-pemasaran-digital/>

www.techopedia.com. Apa itu pemasaran online? (nd). Diperoleh pada 15 Februari 2016, dari: <https://www.techopedia.com/definition/26363/pemasaran-online>

www.webopedia.com. Pemasaran mesin pencari. Diperoleh 16 Februari 2016, dari <http://www.webopedia.com/term/s/sem.html>

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan ini dapat dilakukan karena dukungan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UKI dan LPPM UKI, Jakarta. Kami juga berterima kasih kepada Lions Club dan Jamaah Mesjid Mujtahidin.

Lampiran Foto-Foto Kegiatan





PERHIMPATAN KEREMAH MUDA
ARTARA
FANELLAS EKONOMI DAN BISNIS
UNITAS KEMAH MUDA & BUNDA'S UNIVERSITY
BENGKALU
BENGKALU
Alamat: Jl. Raya Bontol, Bontol, Kabupaten Bontol, Kalimantan Tengah
Telepon: 0812 211 2122

KEKEMAHAN BALIK BANGUN TIRI DAN MUDA PERKUBUKAN TONGKAL

Tanggal: Sabtu, 29 Agustus 2019
 Waktu: 08.00 - selesai

DAFTAR HADIR
FANELLAS EKONOMI DAN BISNIS
UNITAS KEMAH MUDA & BUNDA'S UNIVERSITY

1. **DAFTAR HADIR**
 1. **DAFTAR HADIR**
 1. **DAFTAR HADIR**

PERHIMPATAN KEREMAH MUDA
ARTARA
FANELLAS EKONOMI DAN BISNIS
UNITAS KEMAH MUDA & BUNDA'S UNIVERSITY
BENGKALU
BENGKALU
Alamat: Jl. Raya Bontol, Bontol, Kabupaten Bontol, Kalimantan Tengah
Telepon: 0812 211 2122

KEKEMAHAN BALIK BANGUN TIRI DAN MUDA PERKUBUKAN TONGKAL

Tanggal: Sabtu, 29 Agustus 2019
 Waktu: 08.00 - selesai

DAFTAR HADIR
FANELLAS EKONOMI DAN BISNIS
UNITAS KEMAH MUDA & BUNDA'S UNIVERSITY

1. **DAFTAR HADIR**
 1. **DAFTAR HADIR**
 1. **DAFTAR HADIR**

PERHIMPATAN KEREMAH MUDA
ARTARA
FANELLAS EKONOMI DAN BISNIS
UNITAS KEMAH MUDA & BUNDA'S UNIVERSITY
BENGKALU
BENGKALU
Alamat: Jl. Raya Bontol, Bontol, Kabupaten Bontol, Kalimantan Tengah
Telepon: 0812 211 2122

KEKEMAHAN BALIK BANGUN TIRI DAN MUDA PERKUBUKAN TONGKAL

Tanggal: Sabtu, 29 Agustus 2019
 Waktu: 08.00 - selesai

DAFTAR HADIR
FANELLAS EKONOMI DAN BISNIS
UNITAS KEMAH MUDA & BUNDA'S UNIVERSITY

1. **DAFTAR HADIR**
 1. **DAFTAR HADIR**
 1. **DAFTAR HADIR**

| No. | NAMA | KEBERANGAN | LAMBU SINGKAT |
|-----|------|------------|---------------|
| 1 | ... | | |
| 2 | ... | | |
| 3 | ... | | |
| 4 | ... | | |
| 5 | ... | | |
| 6 | ... | | |
| 7 | ... | | |
| 8 | ... | | |
| 9 | ... | | |
| 10 | ... | | |
| 11 | ... | | |
| 12 | ... | | |
| 13 | ... | | |
| 14 | ... | | |
| 15 | ... | | |
| 16 | ... | | |
| 17 | ... | | |
| 18 | ... | | |
| 19 | ... | | |
| 20 | ... | | |

| No. | NAMA | KEBERANGAN | LAMBU SINGKAT |
|-----|------|------------|---------------|
| 1 | ... | | |
| 2 | ... | | |
| 3 | ... | | |
| 4 | ... | | |
| 5 | ... | | |
| 6 | ... | | |
| 7 | ... | | |
| 8 | ... | | |
| 9 | ... | | |
| 10 | ... | | |
| 11 | ... | | |
| 12 | ... | | |
| 13 | ... | | |
| 14 | ... | | |
| 15 | ... | | |
| 16 | ... | | |
| 17 | ... | | |
| 18 | ... | | |
| 19 | ... | | |
| 20 | ... | | |

| No. | NAMA | KEBERANGAN | LAMBU SINGKAT |
|-----|------|------------|---------------|
| 1 | ... | | |
| 2 | ... | | |
| 3 | ... | | |
| 4 | ... | | |
| 5 | ... | | |
| 6 | ... | | |
| 7 | ... | | |
| 8 | ... | | |
| 9 | ... | | |
| 10 | ... | | |
| 11 | ... | | |
| 12 | ... | | |
| 13 | ... | | |
| 14 | ... | | |
| 15 | ... | | |
| 16 | ... | | |
| 17 | ... | | |
| 18 | ... | | |
| 19 | ... | | |
| 20 | ... | | |