



SERTIFIKAT

NO : 111/ LPPM UPI Y.A.I/X/2020

Diberikan kepada :

Rutman Lumbantoruan

Sebagai

PEMAKALAH

Dengan Judul

Simulasi Digital Marketing kepada Peserta Webinar di Jakarta untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga

Dalam Kegiatan Seminar Nasional Industri Kreatif, Teknologi & Humaniora yang diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Persada Indonesia Y.A.I pada tanggal 07 Oktober 2020.

Jakarta, 7 Oktober 2020

Rektor
Universitas Persada Indonesia Y.A.I



Prof. Dr. Ir. H. Yudi Julius, M.B.A.



Ketua Panitia
Semnas Ikra-ith 2020



Semnas IKRA-ITH
Universitas Persada Indonesia YAI

Dr. Sularso Budilaksono. M.Kom.



Semnas IKRA-ITH
Universitas Persada Indonesia YAI





Simulasi *Digital Marketing* kepada Peserta Webinar di Jakarta untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga

Anggota Pelaksana Digital Marketing

1. Alda Petrina Chrarity

D-III Manajemen Perpajakan 2018

2. Aron Jordan Lekhenila

SI Akuntansi 2019

3. Christy Natalia Parapat

D-III Akuntansi 2018

4. Winri Veronica

SI Manajemen 2019

Presenter : Winri Veronica

Pantia Pelaksana
Ketua Tim Pengusul
Dosen

Dr. Posma S.J.K Hutasoit, S.T., S.E., M.Si., M.S.E.
NIDN : 0331017403

Panitia Pelaksana
Dosen

1. Rutman L. Toruan, S.E., M.M.

NIDN : 0313126403

2. Emma Tampubolon, S.E., M.M.

NIDN : 0324105501



Pendahuluan

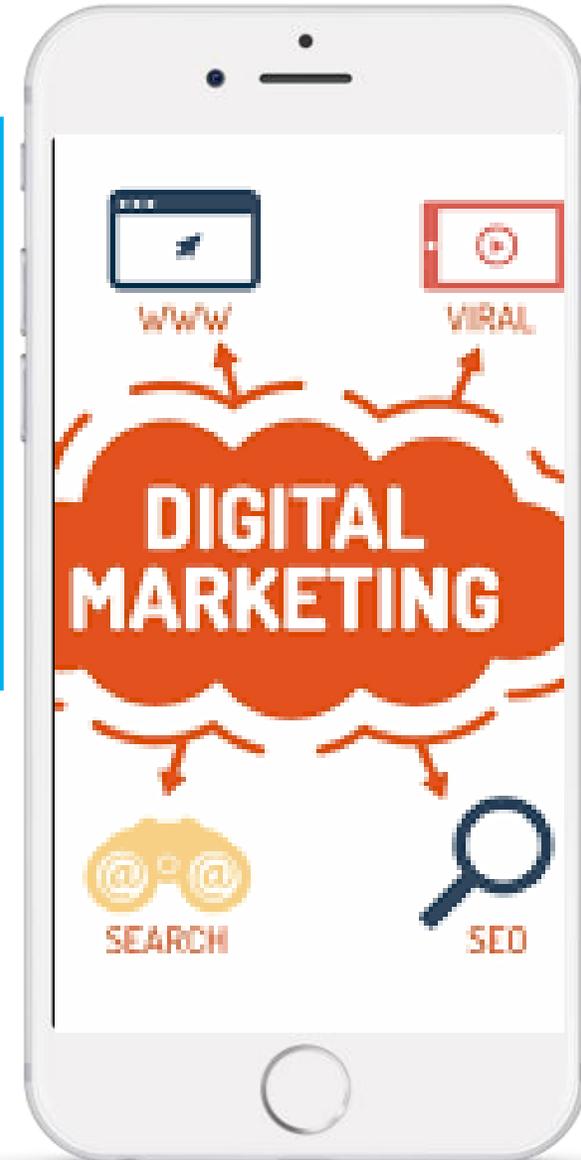
- *Digital marketing*

(Akudigital, 2020)

Adalah => Suatu wadah untuk **aktivitas melakukan pemasaran jenis produk** maupun jenis **jasa**, yang didesain menggunakan format dengan bentuk yang diprogramkan dengan software media digital.

Maka untuk mengetahui penggunaan digital marketing perlunya dilakukan **pengenalan dan pelatihan, pendampingan untuk praktik digital marketing.**

Yang dimana kami sudah melakukan Pengenalan pelatihan yang didampingi orang yang lebih memahami supaya dapat dipraktikkan.



Permasalahan



- kemampuan keluarga dalam **menggunakan fasilitas internet** khususnya pemanfaatan aplikasi *sosial media dan marketplace*.

Solusi : menggunakan *handphone* dalam usaha meningkatkan pendapatan berusaha dan kesejahteraan.

Tujuan Kegiatan Pemasaran Internet



Untuk **mengetahui cara** melakukan aktivitas pemasaran dengan menggunakan internet dan menggunakan fasilitas yang diberikan dari google.com dengan toko pedia kepada Jamaah Masjid Baitul Mujtahidiin.

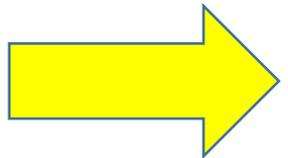
Agar masyarakat dapat mengetahui dan membuat pemasaran dengan menggunakan internet untuk memasarkan barang atau produk yang dihasilkan, **untuk meningkatkan** jangkauan pemasaran serta menaikkan penjualan, yang akhirnya meningkatkan pendapatan masyarakat yang ikut dalam kegiatan.

Hasil dan Pembahasan

- *Mesin pencari Pemasaran*



- *Pemasaran Digital Menggunakan Internet*



Mesin pencari Pemasaran

- **Pemasaran *Search Engine*** adalah bagian dari pemasaran internet.

Proses yang membantu dalam mempromosikan situs web dengan meningkatkan visibilitasnya **dengan bantuan alat-alat tertentu** seperti iklan berbayar, optimisasi mesin pencari.

- **Pemasar pencarian memanfaatkan banyak platform pencarian berbayar.**

Dari situ platform pencarian berbayar yang paling utama adalah Google AdWords, diikuti oleh Bing Ads dan Yahoo.

(Noviyanto, 2020) 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

- Ini mengacu pada pemasaran melalui teknologi digital. Yang dimana menggunakan semua saluran elektronik atau gadget listrik atau elektronik media untuk pemasaran atau promosi produk, layanan, atau merek.
- **Pemasaran digital memiliki kelebihan dan kekurangan :**
- **Kelebihan** 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.

Kekurangan

- **Perusahaan harus menjaga penawarannya** tanpa cacat dan terbaik **untuk menjaga citra di pasar** karena pesan menyebar sangat cepat dengan bantuan teknologi ini.

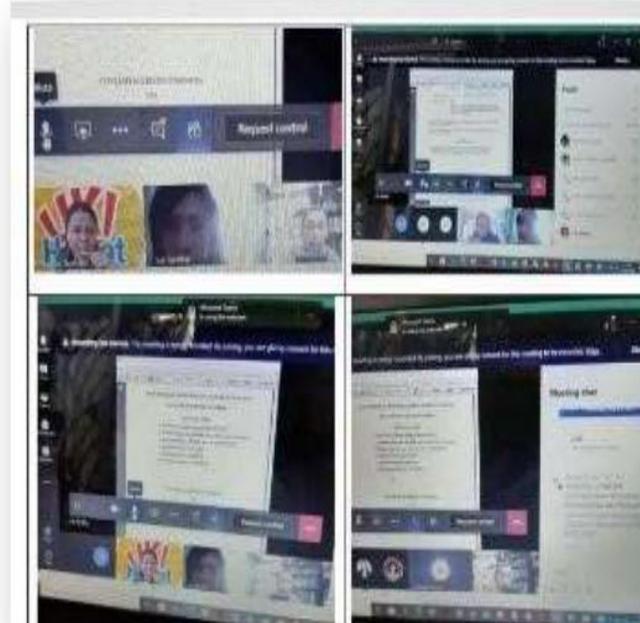
Pemasaran digital adalah persaingan yang sangat sulit karena biayanya yang lebih murah. Sehingga perusahaan menjadi lebih sulit untuk menarik perhatian pelanggan, dan juga pelanggan kehilangan banyak hal yang relevan seperti data.

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

- Kegiatan ini dapat dilakukan karena dukungan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UKI dan LPPM UKI, Jakarta. Kami juga berterima kasih Atas kerja samanya kepada Lions Club dan para peserta Webinar.



Gambar 1. Rapat Persiapan PkM



Gambar 2. Presentasi Proposal di LPPM via TEAMS



Gambar 3. Melatih Mahasiswa dalam Presentasi



THANK YOU 😊