

ISSN 2615-2657

**PROSIDING**

**SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2018**

# **IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA KEPADA MASYARAKAT**

Yogyakarta, 7 April 2018

**LEMBAGA PENGABDIAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**





# PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2018

# IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA KEPADA MASYARAKAT

Yogyakarta, 7 April 2018

Penerbit :

Lembaga Pengabdian Masyarakat

Universitas Amikom Yogyakarta

Telp.(0274) 884 201 ext 611

Email : [abdimas@amikom.ac.id](mailto:abdimas@amikom.ac.id)



# PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2018

# IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA KEPADA MASYARAKAT

ISSN 2615-2657

Editor : Mochammad Yusa, M.Kom  
Arifiyanto Hadinegoro, S.Kom, M.T  
Agus Fatkhurohman, M.Kom

Kulit Muka : Ahmad Kurniadi

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

Cetakan I, April 2018

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 2018

# IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA KEPADA MASYARAKAT

## Reviewer:

Prof. Dr. Ema Utami, S.Si., M.Kom.  
Eny Nurnilawati, S.E., M.M.  
Heri Sismoro, M.Kom.  
Anggit Dwi Hartanto, M.Kom.  
Mei P. Kurniawan, M.Kom.  
Windha Mega Pradnya Dhuhita, M.Kom.  
Mardhiya Hayaty, S.T., M.Kom.

## DAFTAR ISI

	<b>Kata Pengantar</b>	<b>iv</b>
	<b>Daftar Isi</b>	<b>vii</b>
<b>Pelatihan Teknologi Informasi Pada Pemuda di Margorejo Kabupaten Sleman</b>		<b>1</b>
	Acihmah Siaduruk, M.Kom	
<b>Pelatihan dan Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Pada Home Industri "Sania Kue" di Desa Sidowangi Kecamatan Kabupaten Magelang</b>		<b>7</b>
	Agung Nugroho, M.Kom	
<b>Pelatihan Strategi Pemasaran Online untuk UKM Tahu</b>		<b>13</b>
	Agus Fatkhurohman, M.Kom	
<b>Capacity Building Pada Unit Program Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) RW 12 Karangasem, Condongcatur, Kabupaten Sleman</b>		<b>19</b>
	Agustina Rahmawati, S.A.P, M.Si dan Hanantyo Sri Nugroho, S.IP, MA	
<b>Pemberdayaan Masyarakat Untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif Desa Wisata Brajan Desa Sendang Agung Kecamatan Minggir Kabupaten Sleman</b>		<b>25</b>
	Amif Fatah Sofyan, ST, M.Kom dan Nurizka Fidali, ST, M.Sc	
<b>Pelatihan Kewirausahaan dan Pengelolaan Dokumen Digital Pada Komunitas X-Bank Indonesia</b>		<b>31</b>
	Anggrismo, SE, M.Ec, Dev dan Firman Asharudin, M.Kom	
<b>IbM Kelompok Pengolah dan Pemasar Hasil Ikan "Ngupadi Boga"</b>		<b>37</b>
	Anik Sri Widowati, S.Sos, MM dan Ismadiyah Purwaning Astuti, SE, M.Sc	
<b>Pemberdayaan Perempuan: Manajemen Jaringan Usaha</b>		<b>43</b>
	Ardiyati, SIP, M.P.A dan Muhammad Zuhdan, S.IP, MA	
<b>Website Bimbingan Belajar "Abimanyu"</b>		<b>49</b>
	Arifiyanto Hadinegoro, S.Kom, M.T.	
<b>Sosialisasi Tata Cara Penganggaran Anggaran Pendataan Dan Belanja Desa (APBDES), Rencana Kerja Anggaran (RKA), dan Koridor Penggunaan Alokasi Dana Desa</b>		<b>55</b>
	Bagus Ramadhan, ST, M.Eng	
<b>Pengembangan Web Untuk Pendataan Jamaah Pondok Pesantren "Ahlul Muqorrobin" Desa Pleset, Kecamatan Pangkur, Kabupaten Ngawi</b>		<b>61</b>
	Bayu Setiaji, M.Kom	
<b>Realisasi Konsep Usaha Kuliner dan Pembuatan Video Promo Serta Media Sosial Pemasaran Produk Kuliner Ulat Sutra Ibu PKK Desa Bantulan Godean Sleman</b>		<b>67</b>
	Bernadhed, M.Kom	

<b>E-Commerce Eevoco Bags and Furnitur Kids di Imogiri Bantul</b>	<b>73</b>
Dina Maulina, M.Kom dan Bernadhed, M.Kom	
<b>Pelatihan Akuntansi Dasar Perencanaan Keuangan Keluarga di RW 40 Kampung Pasekan Maguwoharjo Sleman</b>	<b>79</b>
Fachrul Imam Santoso, SE, Akt, M.Ak	
<b>Edukasi Pemanfaatan E-Government IbM Padukuhan Grogol, Desa Grogol, Kecamatan Paliyan, Kabupaten Gunung Kidul</b>	<b>85</b>
Ferri Wicaksono, S.IP., MA	
<b>Pelatihan Pendayagunaan Open Source Website Bagi Informasi Kegiatan Remaja Masjid Al-Ikhlas Citra Ringin Mas</b>	<b>91</b>
Ferry Wahyu Wibowo, S.Si, M.Cs	
<b>IbM Batik Jumputan Ibu Sejahtera Kampung Wisata Tahunan</b>	<b>97</b>
Fitri Juniwati Ayuningtyas, SE, M.Ec.Dev dan Anik Sri Widowati, S.Sos, MM	
<b>Peningkatan Peran Pemuda Dalam Mitigasi Bencana Banjir di Kelurahan Pringgokusuman Kecamatan Gedongtengan Kota Yogyakarta</b>	<b>103</b>
Fitria Nucifera, S.Si, M.Sc dan Widiyana Riasasi, S.Si., M.Sc	
<b>Edukasi Pengajuan Bantuan UMKM bagi Kelompok Usaha Masyarakat "Ngudi Mulyo"</b>	<b>109</b>
Hanantyo Sri Nugroho, S.IP, MA dan Agustina Rahmawati, S.A.P, M.Si	
<b>Pengenalan Sistem Informasi Adaptasi Cuasa di Padukuhan Wonorejo, Sariharjo, Ngaglik, Sleman</b>	<b>115</b>
Hartatik, ST, M.Cs dan Wahyu Sukestyastama Putra, M.Eng	
<b>Penerapan E-Commerce Berbasis Website Untuk Media Promosi Pada Rock Guitar Instrument</b>	<b>121</b>
Hendra Kurniawan, M.Kom	
<b>Pemanfaatan Media Online pada Usaha Kue dan Catering di Condong Catur Kabupaten Sleman</b>	<b>127</b>
Ikmah, M.Kom	
<b>Program Pemberdayaan Perempuan Padukuhan Mancasan Kleben Melalui Kegiatan Kewirausahaan Berbasis Industri Cokelat</b>	<b>133</b>
Laksmindra Saptyawati, SE, MBA dan Tanti Prita Hapsari, SE, M.Si	
<b>Pelatihan Tata Kelola Sistem dan Jaringan Pada PT. Adipura Agung Sakti Yogyakarta</b>	<b>139</b>
M. Fairul Filza, S.Kom, M.Kom dan Oki Arifin, S.Kom, M.Cs	
<b>Pelatihan Pengelolaan Teknologi Internet dan Web</b>	<b>145</b>
Moch Farid Fauzi, M.Kom dan Kusnawi, S.Kom. M.Eng	
<b>Internet Marketing Percetakan Sinar Offset</b>	<b>151</b>
Mochammad Yusa, M.Kom	

<b>Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Usaha Pakaian Anak di Desa Sendangadi Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman</b>	<b>157</b>
Mulia Sulistiyono, M.Kom	
<b>Pelatihan Guru Kelompok Bermain Dalam Pemanfaatan Ms. Office Pengenalan Multimedia dan Internet Dasar</b>	<b>163</b>
Norhikmah, M.Kom	
<b>Sosialisasi Penataan Sarana Utilitas Jaringan Persampahan Kemasan, Singosaren, Bantul, Yogyakarta</b>	<b>169</b>
Prasetyo Febriarto, ST, M.Sc dan RR. Sophia Ratna Haryati, ST, M.Sc	
<b>Penyuluhan Dan Edukasi Masuknya Zat Psikotropika Terbaru Dikalangan Mahasiswa</b>	<b>175</b>
Rezki Satris, S.IP, MA dan Seftina Kuswardini, S.IP, MA	
<b>Pemberdayaan Masyarakat Untuk Penataan Kembali Desa Wisata Heritage Rejosari, Desa Jogotirto, Kabupaten Sleman</b>	<b>181</b>
Rhisa Aidilla Suprpto, ST, M.Sc dan Ani Hastuti Arthasari, ST, M.Sc	
<b>Edukasi Literasi New Media Di Sekolah Tiara Chandra Yogyakarta</b>	<b>187</b>
Rivga Agusta, S.IP, M.A	
<b>Pelatihan Peningkatan Gerakan Literasi Sekolah Menggunakan Media Game Edukasi Jamrana</b>	<b>193</b>
Rizky, M.Kom	
<b>Sosialisasi Penataan Lingkungan Daerah Aliran Sungai Gajah Wong Segmen Surowajan, Banguntapan, Bantul</b>	<b>199</b>
RR. Sophia Ratna Haryati, ST, M.Sc dan Prasetyo Febriarto, ST, M.Sc	
<b>Bersama Menjadi Agen Perubahan Untuk Dunia Yang Lebih Hijau</b>	<b>205</b>
Seftina Kuswardini, S.IP, M.A dan Rhisa Aidilla Suprpto, ST, M.Sc	
<b>Pengembangan Desa Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Wisata Blue Lagoon, Kabupaten Sleman, Yogyakarta</b>	<b>211</b>
Septi Kurniawati Nurhadi, ST, MT dan Fitria Nucifera, S.Si, M.Sc	
<b>Membangun dan Menggunakan Website Sebagai Media Penunjang Promosi UKM Dodol Salak di Desa Nglumut</b>	<b>217</b>
Sumarni Adi, S.Kom, M.Cs	
<b>Pemberdayaan Masyarakat Untuk Pengembangan Desa Wisata Minapadi Cibuk Kidul, Mergoluwih, Godean, Kabupaten Sleman</b>	<b>223</b>
Widiyana Riasasi, S.Si, M.Sc dan Afrinia Lisditya Permatasari, S.Si, M.Sc	
<b>Pelatihan Multimedia Audio Visual Berbasis Jurnalistik Televisi Sebagai Media Promosi Potensi Desa</b>	<b>229</b>
Yogi Piskonata, SS., M.Kom	

**E-Commerce Pada Koki Kecil Catering and Service** 235  
Yuli Astuti, M.Kom

**Pemanfaatan Media Online Untuk Pemasaran** 241  
Yusuf Amri Amrullah, SE, MM dan Dony Ariyus, M.Kom



## PEMANFAATAN MEDIA INTERNET UNTUK PEMASARAN

Yusuf Amri Amrullah<sup>1)</sup>, Dony Ariyus<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta

<sup>2)</sup>Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta

Email : [amri@amikom.ac.id](mailto:amri@amikom.ac.id)<sup>1)</sup>, [dony.a@amikom.ac.id](mailto:dony.a@amikom.ac.id)<sup>3)</sup>

### Abstrak

Bisnis online merupakan bisnis yang sedang marak pada dewasa ini, pemanfaatan bisnis online menggunakan beberapa media sosial yang meliputi facebook, twitter, instagram, line, linkedin dan lain sebagainya. Selain itu ada juga e commerce yang sudah semakin merajai pasar internet seperti OLX, tokopedia, bukalapak, shopee dan e commerce lainnya. Selain itu penggunaan website dan blog yang tepat akan meningkatkan omzet pada bisnis secara signifikan, bahkan dapat mengalahkan pelaku bisnis offline yang sudah sangat berpengalaman seperti matahari dan ramayana. Bisnis online ini sangat cocok digunakan oleh pelaku bisnis intangible goods yaitu jasa.

**Kata kunci:** bisnis online, media sosial, internet, website

### 1. PENDAHULUAN

Bisnis merupakan suatu aktivitas yang melalui penyediaan barang dan jasa bertujuan untuk menghasilkan profit, Griffin & Ebert (1996) [1]. Ada dua hal yang dihasilkan oleh bisnis yaitu ; tangible goods (kasat mata/produk) dan intangible goods (tidak kasat mata/jasa).

Sistem bisnis merupakan suatu sistem yang sangat rumit terdiri dari berbagai sektor dan masing-masing sektor terdiri dari beragam kelompok industri, serta kelompok industri terdiri dari sejumlah perusahaan yang berdiri sendiri, Manulang (2013)[4]. Ada 2 fase pendekatan untuk mengidentifikasi peluang bisnis :

- a. Fase untuk menemukan gagasan
- b. Fase untuk mengidentifikasi peluang bisnis

Dan ada beberapa contoh fase untuk menemukan gagasan :

- a. Diri sendiri
- b. Pelanggan
- c. Pesaing
- d. Pasar
- e. Produk yang gagal

Pada era sekarang ini banyak perubahan yang terjadi dalam bisnis, dan perubahan terjadi begitu cepat. Hal yang mempengaruhi perubahan yang sangat cepat yaitu mudahnya orang dalam menerima informasi melalui internet. Cukup dengan browser dengan chrome atau mozilla atau media perambah lainnya. Internet atau IT merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam bisnis IT banyak dipakai untuk memasarkan produk atau jasa sebuah bisnis dan bahkan ada perusahaan yang tidak memiliki kantor tapi memiliki bisnis dengan IT. Beberapa contoh media internet yang dipakai oleh pengusaha yaitu, media sosial meliputi ; facebook, twitter, instagram, line dan lain sebagainya. Selain itu ada juga e commerce seperti, OLX, tokopedia, bukalapak dan e commerce lainnya. Selanjutnya media IT yang dipakai untuk bisnis yaitu dengan menggunakan website tersendiri.

Berangkat dari hal tersebut maka diperlukannya pengenalan media online / internet dalam penggunaan bisnis di era sekarang ini, kemudian berdasarkan hal tersebut pengabdian masyarakat yang kami lakukan memiliki tujuan:

1. Menciptakan inovasi teknologi untuk mendorong pembangunan ekonomi Indonesia;
2. Memberikan solusi berdasarkan kajian akademik atas kebutuhan, tantangan, atau persoalan yang dihadapi masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung;
3. Melakukan kegiatan yang mampu mengentaskan masyarakat terisih (preferential option for the poor) pada semua strata, yaitu masyarakat yang terisih secara ekonomi, politik, sosial, dan budaya; dan
4. Melakukan alih teknologi, ilmu, dan seni kepada masyarakat untuk pengembangan martabat manusia dan kelestarian sumberdaya alam

(Panduan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat, Dosen Universitas Amikom Yogyakarta, 2017, 1)[6].

## 2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang dilakukan yaitu dengan pendampingan dan pemberian pelatihan ada, berikut skala prioritas yang kami buat dalam tabel dibawah ini :

**Tabel 2.1. Urutan masalah yang ditemukan**

Urutan	Prioritas Masalah	Workshop / Pelatihan yang di butuhkan
1	Manajemen	Manajemen
2	Pemasaran	E Marketing / E Commerce / website
3	Operasional	Manajemen Operasional
4	Keuangan	Manajemen keuangan
5	Pengembangan	Pemasaran
6	Bidang jasa	Pemasaran

Waktu pelaksanaan yaitu selama 6 bulan dari bulan oktober 2017 sd Maret 2017 dengan rincian sebagai berikut :

**Tabel 2.2 Jadwal Kegiatan**

NO	KEGIATAN	BULAN					
		1	2	3	4	5	6
1	Distribusi surat izin pengabdian						
2	Sosialisasi program						
3	Kegiatan Pelatihan dan Penyuluhan Mitra						
4	Kegiatan Pendampingan						
5	Evaluasi dan Pembuatan laporan						

6	Pengiriman laporan pengabdian					
---	-------------------------------	--	--	--	--	--

**Tabel 2.3 Solusi yang ditawarkan**

NO	ELEMEN	PERMASALAHAN	SOLUSI YANG DITAWARKAN
1	Manajemen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Karyawan tidak fokus pada job description karena masih double job</li> <li>Road map masih belum terbentuk dengan matang</li> </ul>	Memberikan workshop dasar – dasar manajemen dan goal setting
2	Operasional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Peralatan yang ada masih kurang mendukung</li> <li>Koordinasi masih kurang</li> <li>Tempat kerja masih belum representatif terutama untuk penyimpanan keperluan jasa pelatihan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memberikan pelatihan manajemen operasional</li> <li>Menambah personil</li> <li>Pindah ke tempat yang lebih luas dan dibuatkan manajemen administrasi</li> </ul>

3	Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum mempunyai website</li> <li>• Pemasaran melalui e marketing belum optimal</li> <li>• Kurangnya pemahaman survey pasar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan pelatihan seputar website untuk bisnis online</li> <li>• Memberikan pelatihan viral marketing (online)</li> </ul>
4	Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pencatatan masih belum tertib dan terkadang masih manual</li> <li>• Pelaporan pajak masih belum teratur sering terlambat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan pelatihan Microsoft excel untuk pencatatan keuangan bisnis</li> <li>• Memberikan pelatihan pajak penghasilan, PKP dan Non PKP</li> </ul>
5	Bidang Jasa	Belum memiliki core Business yang jelas masih menyesuaikan pasar	Membuat core Business yang jelas
6	Pengembangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Survey pasar masih belum berjalan dengan baik.</li> <li>• Jaringan masih kurang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan pelatihan / workshop riset marketing</li> <li>• Bergabung dengan asosiasi bisnis di wilayah terdekat</li> </ul>

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum masuk ke pokok bahasan maka kami membedah dulu inti dari perencanaan bisnis pada mitra dengan menggunakan Business Canvas Model (BCM), hal tersebut kami pilih karena dalam BCM ada 9 (Tim PPM Manajemen, 2012)[7] hal yang dibahas yaitu :

1. Customers Segment → Pelanggan
2. Value Proposition → Nilai Tambah
3. Customer Relationship → Hubungan
4. Channel → Penyampaian Produk
5. Revenue Stream → Pendapatan
6. Key Resource → Kunci Sumber Daya
7. Key Activities → Kunci Aktivitas
8. Key Partnership → Jaringan
9. Cost Structure → Structure Biaya

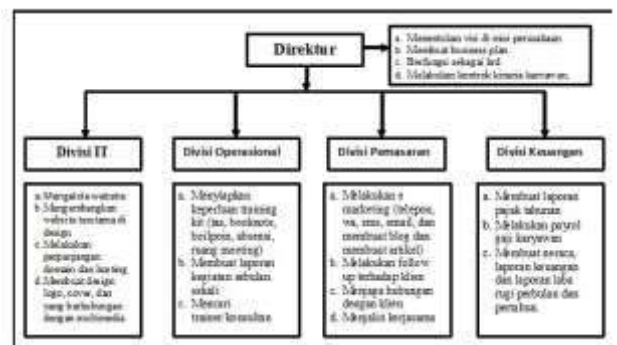
Dengan BCM maka hal mendasar dari permasalahan bisnis di Mitra akan terjawab. Dengan metode Business Model Canvas maka di ketahuilah aktivitas yang paling penting di lembaga tersebut yaitu Pemasaran dengan menggunakan IT, kemudian diarahkan untuk mengoptimalkan website dan menggunakan media sosial dalam proses pelaksanaan business.

Pada permasalahan yang telah kami lakukan kemudian kami berikan pelatihan dan diskusi dengan sebagai berikut :

#### 1. Manajemen

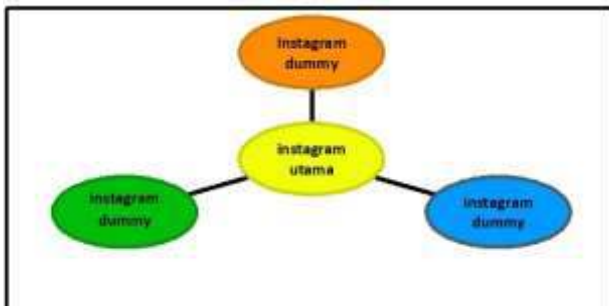
Pada pendampingan disini dibahas mengenai dasar – dasar dari manajemen yaitu Plan, Do, Check, Action (PDCA). Hal tersebut sangat penting karena berhubungan dengan divisi pemasaran, divisi operasional, divisi keuangan dan divisi IT, yang semua divisi tersebut langsung bertanggungjawab ke Direktur Utama. Jika dibuatkan bagan maka akan berbentuk seperti ini gambar 3.1 dibawah ini :

Tabel 3.1 Struktur Organisasi



## 2. E Marketing/E Commerce/website

Pada diskusi disini mitra diberikan materi-materi tentang hal-hal mendasar tentang E Marketing/E Commerce/website. Pada pembagahasan ini banyak ditemukan beberapa permasalahan terutama di pengelolaan dan penamaan website. Pada pengelolaan website ditemukan implementasi dari tujuan bisnis yaitu jasa pelatihan / pendidikan & konsultan belum sesuai dengan yang diharapkan pada nama domainnya yang berpengaruh terhadap SEO (Search Engine Optimation) di google. Tujuan dari pelatihan ini yaitu materi website dapat dengan mudah ditemukan di halaman satu pada google, salah satu caranya yaitu dengan membuat blog dummy yang diberikan backlink pada blog dummy tersebut untuk diarahkan ke domain utama, blog yang dipakai yaitu wordpress dan blogger untuk membantu optimasi. Kemudian membuat website sejenis dengan lebih dari satu, website tersebut fungsinya untuk memperbanyak jumlah artikel di internet dengan target satu website lebih dari 2000 (dua ribu) artikel.



**Gambar 3.2 Ilustrasi Marketing dengan Media Sosial**

## 3. Operasional

Permasalahan operasional yang ditemukan yaitu koordinasi antar karyawan dan antar divisi, dimana masih ada beberapa karyawan yang belum memahami pentingnya koordinasi yang baik, dengan tujuan memberikan pelayanan yang baik kepada klien.

Diskusi yang disampaikan mengenai koordinasi antar divisi terutama dengan divisi keuangan, hal utama yang berhubungan dengan operasional adalah keuangan, karena dari acuan keuangan atau RAB (Rancangan Anggaran Bersama) maka akan dapat menentukan partner mana yang akan diajak kerjasama dalam menjalankan bisnis, seperti sewa mobil, sewa hotel untuk pelatihan, dan kebutuhan akan training kit.

Solusi yang ditemukan bersama yaitu pembuatan grup whatsapp setiap kali ada kegiatan pelatihan dengan tiap PIC pada grup tersebut bergantian.

## 4. Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan aktivitas manajerial yang fokus pada perencanaan dan pengendalian sumber daya finansial sebuah bisnis (Pandey 2015)[5]. Maka dari itu pencatatan harus dilakukan dengan baik, semisal kuitansi harus segera di serahkan ke bagian keuangan supaya tidak hilang. Selain itu tiap divisi juga dimintai pertanggung jawaban dalam pencatatan tiap kegiatan atau setiap ada keperluan. Untuk membuat arus kas sederhana, supaya tercatat dengan baik sehingga untuk pelaporan pajak dapat dilaporkan dengan valid. Maka setiap satu bulan sekali wajib dibuatkan neraca, laporan laba rugi dan laporan perubahan modal.



**Gambar 3.3 Diskuski Manajemen**

## 5. Pemasaran

Pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan mempertemukan kepentingan manusia dan kepentingan sosial. Dalam bahasa lain disebut sebagai mempertemukan kebutuhan yang menghasilkan keuntungan (meeting needs profitably). Sedangkan manajemen pemasaran adalah seni dan juga ilmu dalam menentukan target pasar, menjaga dan menambah pelanggan dengan menciptakan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan nilai-nilai tambah bagi pelanggan (Kotler & Keller 2012)[2].

Menurut Kotler dan Amstrong (2001)[3] dalam bukunya prinsip-prinsip pemasaran (378), ada 4 karakteristik dalam pemasaran jasa :

- Ketidakterwujudan : yaitu jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dibaui sebelum dibeli.
- Keragaman : kualitas jasa tergantung pada siapa yang menyediakannya dan kapan, dimana, serta bagaimana



- c. Ketidakterpisahan : jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediannya
- d. Tidak tahan lama : jasa tidak dapat disimpan untuk penjualan atau pemakaian yang akan datang.

Selain 4 karakter diatas, masih menurut Kotler dan Amstrong (2001)[3], diperlukan komunikasi dan pendekatan yang efektif dalam pemasaran jasa. Komunikasi dan pendekatan yang efektif dalam perusahaan jasa dibagi menjadi tiga, yaitu :

- a. Pemasaran internal : pemasaran yang dilakukan perusahaan jasa untuk melatih karyawan dan memotivasi karyawan secara efektif.
- b. Pemasaran interaktif : pemasaran yang dilakukan perusahaan jasa yang mengakui bahwa nilai kualitas jasa sangat tergantung pada kualitas interaksi pembeli – penjual.
- c. Pemasaran Eksternal : pemasaran yang dilakukan perusahaan kepada calon customer atau klien.

Beberapa hal terkait prinsip dasar marketing diatas yang kami bangun di perusahaan. Prinsip dasar marketing juga mempunyai fungsi yaitu supaya karyawan merasa nyaman terhadap budaya perusahaan yang dijalankan oleh direktur, sehingga dapat meminimalisir turnover karyawan.

Di Nisbi Indonesia saat ini sudah memiliki mitra yang diajak untuk bekerja sama yaitu Diorama, Lokal Media, PPKD, dan Jogja Smart Indotama. Kerjasama tersebut berfungsi untuk mengadakan pelatihan maupun sharing bersama ketika ada suatu permasalahan, baik itu permasalahan yang melibatkan trainer, karyawan, materi, pajak dan ketika ada permasalahan dengan klien (personal/instansi).



**Gambar 3.4 Pelatihan E Optimasi Website**



**Gambar 3.5 Pelatihan E Marketing**

## 4. PENUTUP

### 4.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang kami dapatkan dari pengabdian masyarakat dengan judul “PEMANFAATAN MEDIA ONLINE/INTERNET UNTUK PEMASARAN” yaitu peran internet pada bisnis pelatihan ini sangat vital lebih dari 70% aktivitas dimulai dari pemasaran, operasional, keuangan dan pengelolaan manajemen. Seperti pemasaran yang 90% dilakukan menggunakan website dan media sosial.

### 4.2. Saran

Sarang untuk lembaga Nisbi Indonesia yaitu selalu melakukan upgrade pengetahuan dibidang E Marketing dan menambah kerjasama lagi dengan pihak – pihak terkait yang berhubungan dengan pelatihan yang telah direncanakan, seperti pelatihan sertifikasi dengan LSP ataupun instansi pemerintah (Disnakertrans dan Kementrian ESDM). Saat ini di industri sangat diperlukan pelatihan yang berbasis kompetensi terutama setelah dimulainya Asean China Free Trade Area (ACFTA) pada 1 Januari 2010.

### Daftar Pustaka

- [1] Griffin dan Ronald J.Ebert. 1996. Bisnis. Buku Satu, Edisi ke-4. Jakarta.
- [2] Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- [3] Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- [4] Manulang, Prof. Dr. M., 2013. Pengantar Bisnis. Jakarta : PT Indeks Permata Puri Media.
- [5] Pandey, I.M., 2015. Financial Management 11th ed., New Delhi: Vikas Publishing House PVT LTD.
- [6] Tim Penyusun Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta. 2017. Panduan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat Dosen Universitas Amikom Yogyakarta. Yogyakarta.
- [7] Tim PPM Manajemen. 2012. Business Model Canvas : Penerapan di Indonesia. Penerbit PPM. Jakarta

### **Ucapan Terimakasih**

Ucapan terima kasih kepada pihak-pihak terkait diantaranya kepada Lembaga pengabdian masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta. Ucapan terima kasih kepada perusahaan training & konsultan Nisbi Indonesia beserta Bapak Tri Nevo Mardani sebagai pemilik dari perusahaan atas dukungannya sehingga terlaksananya kegiatan pengabdian dan berjalannya kegiatan dengan lancar.