

**PENGENALAN INTERNET SEBAGAI MEDIA PROMOSI USAHA KECIL
DI KELURAHAN BUARAN SERPONG****(Juhaeri, Uswatun Chasanah, Imam Sofi'I, Aulia Nursyifa)****Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang****Email: dosen00714@unpam.ac.id****Abstract**

The purpose of community service is to provide knowledge, and understanding of the introduction of the Internet as a medium for promoting small businesses in entrepreneurship so as to produce maximum profits. Inform, and urge to help MSMEs in the Buaran Serpong Village, South Tangerang City in order to optimize internet technology in marketing products. The community service methods are seminars and discussions. Participants in the community service activities are UKM around the Ni'matul Ittihad mosque in Buaran District, RT. 02/03 Serpong, South Tangerang. The results of this community service are all participants who consider, and apply all the material and discussions that occur during the event so that the business objectives can be increased by maximizing profits. Output targets to be achieved are participants can use the internet as a medium for business promotion, provide opportunities for small businesses that connect networks, business information for customers and the community, provide services to customers better by providing interesting and interactive information, increasing public interest in products, for sale or place of transaction, moving global markets, can be made media information advice, company publications and promotions.

Keywords: *Internet, Marketing, Media Promotion, and Small Business*

Abstrak

Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini ialah untuk memberikan pengetahuan, dan pemahaman tentang Pengenalan Internet Sebagai Media Promosi Usaha Kecil dalam berwirausaha sehingga mendapatkan laba yang maksimal. Memberitahukan, dan menghimbau kepada pelaku UMKM di Kelurahan Buaran Serpong Kota Tangerang Selatan agar dapat mengoptimalkan teknologi internet dalam memasarkan produk. Metode pengabdian kepada masyarakat ini ialah seminar, dan diskusi. Peserta dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ialah pelaku UKM di sekitar mushola Ni'matul Ittihad Kelurahan Buaran rt. 02/03 Serpong Tangerang Selatan. Hasil dari pengabdian kepada masyarakat ini ialah seluruh peserta memahami, dan menerapkan seluruh materi dan diskusi yang terjadi pada saat acara berlangsung sehingga tujuan bisnisnya tercapai yakni memaksimalkan keuntungan. Target luaran yang akan dicapai adalah peserta dapat memanfaatkan internet sebagai media promosi bisnis, memberikan kesempatan bagi usaha kecil memasuki jaringan yang lebih luas, informasi bisnis untuk pelanggan dan masyarakat, memberikan pelayanan kepada pelanggan secara lebih baik dengan adanya berbagai fasilitas yang menarik dan interaktif, meningkatkan minat masyarakat terhadap produk, yang dijual atau tempat transaksi, memasuki pasar global, dapat dijadikan saran media informasi, publikasi perusahaan dan promosi.

Kata Kunci: Internet, Pemasaran, Media Promosi, dan Usaha Kecil

A. PENDAHULUAN

Sekarang ini kemudahan dalam menggunakan internet sudah dirasakan dari berbagai kalangan, dari anak-anak, remaja, hingga orang tua sudah banyak yang menggunakan internet untuk mendapatkan informasi yang di butuhkan. Hal tersebut tentunya memberikan peluang bagi para pelaku usaha mikro kecil dan menengah untuk mempromosikan produknya melalui internet karena internet sangat mudah digunakan dan di akses. Internet merupakan salah satu bentuk dari perkembangan teknologi komunikasi yang rangkaian jaringannya bisa diakses secara umum di seluruh dunia. Dengan cara mengirimkan data dalam bentuk paket data berdasarkan standar internet protocol atau IP. Internet juga merupakan kumpulan dari jaringan-jaringan komputer dunia yang terdiri dari jutaan unit-unit kecil seperti jaringan pendidikan, jaringan bisnis, jaringan pemerintahan dan lain-lain, serta menyediakan layanan informasi seperti e-mail, online chat, transfer file, dan saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini ialah seminar, dan diskusi. Peserta dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ialah pelaku UKM di sekitar mushola Ni'matul Ittihad Kelurahan Buaran Rt. 02/03 Serpong Tangerang Selatan, Kegiatan ini juga akan menampilkan berbagai kegiatan antara lain, seminar dan pelatihan dimana narasumber akan berinteraksi aktif dengan *audience*, jadi lebih bersifat *sharing* interaktif, agar semua yang terlibat bisa merasakan manfaatnya langsung dan mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana meningkatkan jejaring pemasaran, selain itu juga di adakan pelatihan bagaimana memasarkan produk ke dalam market place yang sudah ada, serta penggunaan internet dan media sosial sehingga pada akhirnya nanti dapat menerapkan dalam

kegiatan bisnisnya.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, seluruh peserta memahami, dan menerapkan seluruh materi dan diskusi yang terjadi pada saat acara berlangsung sehingga tujuan bisnisnya tercapai yakni memaksimalkan keuntungan. Target luaran yang akan dicapai adalah peserta dapat memanfaatkan internet sebagai media promosi bisnis, memberikan kesempatan bagi usaha kecil memasuki jaringan yang lebih luas, informasi bisnis untuk pelanggan dan masyarakat, memberikan pelayanan kepada pelanggan secara lebih baik dengan adanya berbagai fasilitas yang menarik dan interaktif, meningkatkan minat masyarakat terhadap produk, yang dijual atau tempat transaksi, memasuki pasar global, dapat dijadikan saran media informasi, publikasi perusahaan dan promosi.



Dalam acara seminar di isi oleh

seluruh dosen baik ketua maupun anggota peserta Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) materi yang di bahas tentang bagaimana mengembangkan jejaring pemasaran yang lebih luas dan pemanfaatan internet sebagai peluang dalam mengembangkan usaha , kegiatan seminar ini di harapkan mampu memberi solusi bagi pelaku wirausaha.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Kesimpulan dalam pengabdian kepada masyarakat ini, antara lain :

1. Seluruh peserta dapat pengetahuan umum tentang internet, manfaat serta kelebihanannya untuk memasarkan dan mengenalkan produk.
2. Seluruh peserta dapat memberikan contoh penggunaan internet marketing untuk memasarkan produk dan memahami cara penggunaannya.
3. Seluruh peserta dapat mengetahui tentang internet dan keperluannya untuk dunia usaha, menunjukkan situs-situs pemasaran produk, dll

Haryoko, U. B. (2016, September). PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL BEKAS MEREK TOYOTA AVANZA DI UGUNG JAYA MOTOR. In *PROCEEDINGS* (Vol. 1, No. 1).

Kasmad, K., & Juhaeri, J. (2018). MEMBANGUN KEPERCAYAAN KONSUMEN DARI KUALITAS PELAYANAN DAN KEMITRAAN DALAM MEMILIH JASA KONSULTAN LINGKUNGAN HIDUP DI PROPINSI BANTEN. *INOVASI*, 5(2), 19-32.

Maddinsyah, A., Fauzi, I., & Barsah, A. (2019). Peran Teknologi Dalam Mengembangkan Potensi Diri Bagi Santri Di Yayasan Pembangunan Masyarakat Sejahtera Kelurahan Kedaung Pamulang Tangerang Selatan-Banten. *Jurnal*

SARAN

Saran dalam pengabdian kepada masyarakat ini, antara lain :

1. Bagi pengabdi selanjutnya, diharapkan melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan metode yang berbeda dari pengabdian kepada masyarakat ini.
2. Bagi pengabdi selanjutnya, diharapkan mencari populasi yang berbeda dengan melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

1. Bapak Dr (HC) H. Darsono Selaku Ketua Yayasan Sasmita Jaya
2. Bapak Dr. H. Dayat Hidayat, M.M. Selaku Rektor Universitas Pamulang
3. Bapak Dr. Ali Madinsyah Selaku Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM)
4. Edah Yulianti, Spd I, selaku Pimpinan LPP Ni'matul Ittihad
5. Semua pihak yang membantu berlangsungnya PKM yang tidak bisa di sebutkan satu persatu

Daftar Pustaka

- Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 259-266.
- Sina, I., Maryunani, B. J., & Harahab, N. (2017). Analysis of total economic value of ecosystem mangrove forest in the coastal zone Pulkerto Village District of Kraton Pasuruan Regency. *International Journal of Ecosystem*, 7(1), 1-10.
- Susanto, S., & Iqbal, M. (2019). Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam Sinergitas Akademisi Dan TNI Bersama Tangkal Hoax Dan Black Campaign. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1)