



**DAFTAR HADIR PESERTA KULIAH MAHASISWA  
GANJIL - REGULER - TAHUN 2022/2023**

FAK / JURUSAN	Sistem Informasi S1	HARI / TANGGAL	Kamis
MATAKULIAH	Internet Marketing / 355001 / 5	JAM KULIAH	18:00-19:40
KELAS / PESERTA	K / 1	RUANG	E-2
KURIKULUM	2018		
DOSEN	1. Siti Nurmiati, S.Kom., M. Kom. 2. Riadi Marta Dinata, S.Kom., M.Kom.		

Hal : 1 / 1

No	N I M	NAMA MAHASISWA	TANGGAL PERTEMUAN								JUMLAH
			22-9-2022	29-9-2022	6-10-2022	13-10-2022	20-10-2022	3-11-2022	10-11-2022	17-11-2022	
1.	20354001	Andri Aria Elieser Corputty	x	x	x	x	x	x	x	x	

**CATATAN :**

Perubahan peserta hanya diperkenankan bila ada persetujuan tertulis dari Pelaksana Jurusan.

Jakarta, 17-11-2022

Dosen Pengajar,

**1. Siti Nurmiati, S.Kom., M.Kom.**

**2. Riadi Marta Dinata, S.Kom., M.Kom.**



**BERITA ACARA PERKULIAHAN**  
**SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2022/2023**  
**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI FSTI-ISTN**

Mata Kuliah	: Internet Marketing / 355001	Semester	: 5
Dosen	: <b>1. Siti Nurmiati, S.Kom., M.Kom.</b> 2. Riadi Marta Dinata, S.Kom., M.Kom.	SKS	: 2
Hari	: Kamis	Kelas	: K
Jam	: 18:00-19:40 WIB	Ruang	: E-2

NO.	TANGGAL	MATERI KULIAH	JML MHS HADIR	TANDA TANGAN DOSEN
1.	22-9-2022	Informasi terkait perkuliahan Kontrak Kuliah	- Mhs	
2.	29-9-2022	Konsep Pemasaran Digital Pengertian Pemasaran Digital Konsumen Digital Manfaat Pemasaran Digital	- Mhs	
3.	6-10-2022	Merancang Pembuatan Website terdiri dari : pengertian website, jenis-jenis website, merencanakan / merancang website Persyaratan Perangkat Lunak	- Mhs	
4.	20-10-2022	The online Marketplace analysis : micro-environment	- Mhs	
5.	3-11-2022	The online macro - environment	- Mhs	
6.	10-11-2022	Digital Marketing Strategy	- Mhs	
7.	10-11-2022	SEO	- Mhs	
8.	17-11-2022	<b>UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS)</b>	- Mhs	

Dosen,

**Siti Nurmiati, S.Kom., M.Kom.**

# DAFTAR NILAI

## SEMESTER GANJIL REGULER TAHUN 2022/2023

Program Studi : Sistem Informasi S1

Matakuliah : Internet Marketing

Kelas / Peserta : K

Perkuliahan : Kampus ISTN Bumi Srengseng P2K - Kelas

Dosen : 1. Siti Nurmiati, S.Kom., M.Kom.

2. Riadi Marta Dinata, S.Kom., M.Kom.

Hal. 1/1

No	NIM	N A M A	ABSEN	TUGAS	UTS	UAS	MODEL	PRESENTASI	NA	HURUF
			10%	20%	30%	40%	0%	0%		
1	20354001	Andri Aria Elieser Corputty	100	0	0	0	0	0	0	

Rekapitulasi Nilai							
A	0	B+	0	C+	0	D+	0
A-	0	B	0	C	0	D	0
		B-	0	C-	0	E	0

Jakarta, 17 Februari 2023

Dosen Pengajar



1. Siti Nurmiati, S.Kom., M.Kom.

2. Riadi Marta Dinata, S.Kom., M.Kom.

# Internet Marketing

Siti Nurmiati

## Pengertian Internet Marketing

- Internet Marketing merupakan suatu cara atau segala upaya yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media elektronik atau Internet.

## Manfaat Internet Marketing

- Sebagai penghubung yang efektif bagi penjual dan pembeli karena tidak mengenal jarak;
- Sebagai strategi yang efektif dalam mempromosikan produk / jasa;
- Ketersediaan banyak pilihan pemasarannya mulai dari media sosial, blog, marketplace, dan sejenisnya.
- Dapat menghemat biaya produksi;
- Transaksi sangat mudah dilakukan dimanapun dan kapanpun;
- Dapat menjangkau target pasar yang lebih luas;
- Dapat meningkatkan keuntungan;

Jumlah pengguna internet banyak dan tersebar diberbagai penjuru.

## Ciri-ciri Internet Marketing

- Ruang lingkup promosi lebih luas;  
Promosi yang ditujukan untuk siapa saja dan di mana saja.
- Komunikasi banyak arah;  
Komunikasi yang dilakukan antara penjual dan pembeli aktif dengan mendiskusikan produk.
- Tipe promosi lebih fleksibel dan terpencar;  
Promosi dapat dilakukan melalui artikel, blog, media social (FaceBook, IG, Twitter, WhatsApp) dan sejenisnya.
- Komunikasi dengan konsumen lebih responsif dan terbuka;  
Menyediakan komunikasi layanan pelanggan selama 7 hari 24 jam.

## Komponen / Elemen Internet Marketing

### 1. Proses

- Terdapat tujuh tahap proses program pemasaran melalui internet diantaranya :
  - 1) Membentuk peluang pasar;
  - 2) Menyusun strategi pemasaran;
  - 3) Merancang pengalaman pelanggan;
  - 4) Membangun hubungan antar muka dengan pelanggan;
  - 5) Merancang program pemasaran;
  - 6) Meningkatkan informasi pelanggan melalui teknologi;
  - 7) Mengevaluasi hasil program pemasaran secara keseluruhan.



## Komponen / Elemen Internet Marketing

### 2. Membangun dan Mempertahankan Hubungan Dengan Pelanggan

- 1) Awareness;
- 2) Exploration
- 3) Commitment.

### 3. Online

- Sesuai dengan definisi/pengertian dari Internet Marketing adalah pemasaran yang dilakukan dalam dunia Internet, akan tetapi tetap terkait dengan program pemasaran tradisional.

## Komponen / Elemen Internet Marketing

### 4. Pertukaran

- Dampak dari program pemasaran online yaitu pertukaran yang tidak hanya terjadi di dalam dunia Internet atau online, tapi juga harus berdampak pada pertukaran di penjualan secara nyata.

### 5. Pemenuhan Kepuasan Kebutuhan Kedua Belah Pihak

- Dengan ketersediaan Internet marketing, pemenuhan kepuasan kedua belah pihak lebih cepat terpenuhi dari :
  - 1) Segi perusahaan → tercapainya tujuan perusahaan diantaranya meningkatnya laba perusahaan, pangsa pasar yang semakin meluas;
  - 2) Segi pelanggan → terpenuhinya kebutuhan seperti mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan lebih cepat.

## Jenis – Jenis Internet Marketing

- **Search Engine Marketing (SEM)** merupakan jenis pemasaran yang merupakan suatu upaya mempromosikan website dengan meningkatkan visibilitas dalam halaman hasil mesin pencarian atau SERPs layaknya Google, Yahoo, Bing dan lain sebagainya.
- **Iklan (Advertising)** merupakan suatu bentuk promosi yang ditampilkan di suatu situs oleh pihak ketiga atau blog untuk supaya lalu lintas mengarah pada situs web perusahaan.  
Dengan menjalankan pemasangan iklan ini secara langsung akan dapat membuat produksi perusahaan menjadi meningkat.
- **Afiliasi** merupakan sebuah program pada sebuah perusahaan penyedia suatu jasa atau produk, dimana pembelian yang dilakukan para konsumen tidak langsung menuju di pihak utama, tetapi pada para pihak yang terdaftar sebagai afiliasi marketing.

## Jenis – Jenis Internet Marketing

- **Social Media Marketing** merupakan jenis pemasaran yang dijalankan dengan menggunakan sebuah sosial media dengan memanfaatkan lalu lintasnya seperti Facebook, Instagram, Twitter dan media sosial lainnya.
- **Search Engine Optimization (SEO)** merupakan sebuah proses menaikkan visibilitas situs web atau halaman web pada mesin pencari.
- **Email Marketing** merupakan jenis pemasaran yang dijalankan dengan email dan melibatkan langsung pemasaran pesan dengan mengirimkan pesan melalui surat elektronik.
- **Viral Marketing** merupakan cara pemasaran dalam bentuk pesan elektronik yang disebarkan dari seseorang kepada orang-orang yang dikenalnya dengan berkelanjutan.

## Jenis – Jenis Internet Marketing

- **Refferal Marketing** merupakan suatu cara yang digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa kepada konsumen baru melalui referensi, metode ini biasa terjadi dari mulut ke mulut.
- **Blog Marketing** merupakan sebuah situs blog pada perusahaan yang digunakan untuk promosi.
- **Inbound Marketing** merupakan jenis pemasaran inbound ini juga dengan memanfaatkan pelanggan untuk membuat dan berbagi.
- **Dropship atau Reseller** merupakan orang yang memperjualkan lagi sebuah produk ataupun jasa dari orang lain hanya dengan katalog atau gambar saja, tidak mempunyai barang yang dijual tersebut.

## Kelebihan Internet Marketing

- Dapat melacak dan mengukur data respon konsumen dalam kegiatan pemasaran.
- Dapat memasarkan produk kepada banyak orang sekaligus secara personal tanpa menyita waktu.
- Sebagai penghubung yang efektif meskipun terpisah jarak yang jauh hanya bermodalkan *smartphone*, laptop dan internet saja
- Pemasaran online dapat dilakukan selama 7 hari 24 jam.
- Jangkauan pasar sangat luas karena dapat menjangkau berbagai kota, provinsi, bahkan negara lain.
- Biaya pemasaran *online* cenderung lebih hemat dibandingkan dengan pemasaran konvensional.
- Risiko kerugian cenderung lebih kecil dibandingkan pemasaran konvensional.

## Kekurangan Internet Marketing

- Biaya awal pembuatan situs, *software*, *hardware* dan biaya pemeliharaan cukup mahal;
- Perlu keahlian khusus dibidang pembuatan iklan;
- Membutuhkan waktu yang lama untuk sukses;
- Banyak terjadi penipuan;
- Kurangnya komunikasi dan transaksi secara langsung antara penjual dan pembeli sehingga menghambat prospek dalam membangun hubungan yang memainkan peranan penting dalam penjualan konstan dan publisitas mulut.

**T H A N K   Y O U**

**F O R**

**A T T E N T I O N**