



**PERJANJIAN PELAKSANAAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT SKEMA REGULER  
PERIODE II TAHUN ANGGARAN 2023  
NOMOR: 0634-Int-KLPPM/UNTAR/IX/2023**

Pada hari ini Kamis tanggal 14 bulan September tahun 2023 yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE  
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat selanjutnya disebut **Pihak Pertama**
2. Nama : Tony Sudirgo. SE., MM., Ak., CA, BKP  
NIDN/NIDK : 0308126802  
Jabatan : Dosen Tetap  
Bertindak untuk diri sendiri dan atas nama anggota pelaksana pengabdian:
  - a. Nama dan NIM : Gilbertus Brian [125220191]
  - b. Nama dan NIM : Lydia [125220186]selanjutnya disebut **Pihak Kedua**

**Pihak Pertama** dan **Pihak Kedua** sepakat mengadakan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat Skema Reguler Periode II Tahun 2023 Nomor : 0634-Int-KLPPM/UNTAR/IX/2023 sebagai berikut:

**Pasal 1**

- (1). **Pihak Pertama** menugaskan **Pihak Kedua** untuk melaksanakan Pengabdian "**Pelatihan Penggunaan Google Advertising Sebagai Instrumen Untuk Mempromosikan Produk di PT Crown Pratama**"
- (2). Besaran biaya yang diberikan kepada **Pihak Kedua** sebesar Rp 8.500.000,- (delapan juta lima ratus ribu rupiah) diberikan dalam 2 (dua) tahap masing-masing sebesar 50%. Tahap I diberikan setelah penandatanganan Perjanjian ini dan Tahap II diberikan setelah **Pihak Kedua** mengumpulkan **luaran wajib berupa artikel dalam jurnal nasional dan luaran tambahan, laporan akhir, laporan keuangan dan poster.**

**Pasal 2**

- (1) **Pihak Kedua** diwajibkan mengikuti kegiatan monitoring dan evaluasi sesuai dengan jadwal yang ditetapkan oleh **Pihak Pertama.**
- (2) Apabila terjadi perselisihan menyangkut pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini, kedua belah pihak sepakat untuk menyelesaikannya secara musyawarah. Demikian Perjanjian ini dibuat dan untuk dilaksanakan dengan tanggungjawab.

**Pihak Pertama**

Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi.,  
Ph.D., P.E., M.ASCE

**Pihak Kedua**

Tony Sudirgo. SE.,MM.,Ak.,CA,BKP

**RENCANA PENGGUNAAN BIAYA  
(Rp)**

<b>Rencana Penggunaan Biaya</b>	<b>Jumlah</b>
Pelaksanaan Kegiatan	Rp 8.500.000,-

**REKAPITULASI RENCANA PENGGUNAAN BIAYA  
(Rp)**

<b>NO</b>	<b>POS ANGGARAN</b>	<b>TAHAP I (50 %)</b>	<b>TAHAP II (50 %)</b>	<b>JUMLAH</b>
1	Pelaksanaan Kegiatan	Rp 4.250.000,-	Rp 4.250.000,-	Rp 8.500.000,-
	<b>Jumlah</b>	Rp 4.250.000,-	Rp 4.250.000,-	Rp 8.500.000,-

Jakarta, 14 September 2023  
Pelaksana PKM



Tony Sudirgo. SE., MM., Ak., CA, BKP

**LAPORAN AKHIR**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN**  
**KE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**PELATIHAN PENGGUNAAN GOOGLE ADVERTISING SEBAGAI INSTRUMEN UNTUK**  
**MEMPROMOSIKAN PRODUK DI PT CROWN PRATAMA**

Disusun oleh:

**Ketua Tim**

Tony Sudirgo SE., MM., Ak., CA, BKP (0308126802/10192053)

**Anggota Mahasiswa**

Gilbertus Brian (125220191)

Lydia (125220186)

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**JAKARTA**  
**2023**

## HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PKM

Periode II /Tahun 2023

1. Judul PKM : Pelatihan Penggunaan Google Advertising Sebagai Instrumen Untuk Mempromosikan Produk Di PT Crown Pratama
2. Nama Mitra PKM : PT Crown Pratama
3. Dosen Pelaksana
  - A. Nama dan Gelar : Tony Sudirgo SE., MM., Ak., CA, BKP
  - B. NIDN/NIK : 0308126802 / 10192053
  - C. Jabatan/Gol. : Lektor
  - D. Program Studi : S1 Akuntansi
  - E. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
  - F. Bidang Keahlian : Akuntansi dan Pajak
  - H. Nomor HP/Tlp : 0816770369 / 5655514
4. Mahasiswa yang Terlibat
  - A. Jumlah Anggota : 2 orang  
(Mahasiswa)
  - B. Nama & NIM Mahasiswa 1 : Gilbertus Brian (125220191)
  - C. Nama & NIM Mahasiswa 2 : Lydia (125220186)
5. Lokasi Kegiatan Mitra : PT Crown Pratama
  - A. Wilayah Mitra : Jl. PRIMA CENTER 2 BLOK D NO 6 RT 010 RW 002 KELURAHAN, RT.4/RW.2, Kedaung Kali Angke, Cengkareng.
  - B. Kabupaten/Kota : Jakarta Barat
  - C. Provinsi : DKI Jakarta 11710
6. Metode Pelaksanaan : Luring
7. Luaran yang dihasilkan : Artikel
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : Agustus - Desember 2023
9. Biaya yang disetujui LPPM : Rp. 8.500.000

Menyetujui,  
Ketua LPPM



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D.  
NIK:10381047

Jakarta, 15 Desember 2023

Pelaksana

Tony Sudirgo, SE, MM, Ak, CA, BKP  
0308126802/100

## DAFTAR ISI

	Hal.
RINGKASAN.....	4
BAB 1 PENDAHULUAN.....	5
1.1 Analisis Situasi.....	5
1.2 Permasalahan Mitra.....	6
1.3 Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait .....	7
BAB 2 SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN.....	8
2.1 Solusi Permasalahan.....	8
2.2 Luaran Kegiatan PKM.....	9
BAB 3 METODE PELAKSANAAN.....	10
3.1 Langkah-Langkah/Tahapan Pelaksanaan.....	10
3.2 Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM.....	10
3.3 Kepakaran dan Pembagian Tugas TIM.....	10
BAB 4 HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI.....	12
4.1 Kronologi kegiatan PKM.....	12
4.2 Hasil kegiatan PKM.....	13
4.3 Luaran yang dicapai.....	13
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	15
5.1 Kesimpulan.....	15
5.2 Saran.....	15
DAFTAR PUSTAKA.....	16
LAMPIRAN 1 .....	17
LAMPIRAN 2.....	19
ARTIKEL SERINA .....	20

## RINGKASAN

Sejak ditemukannya mesin Uap-sekarang dunia terus mengalami perkembangan teknologi yang signifikan dan mutakhir mulai dari penemuan *Virtual Reality* / VR sampai pada penemuan Raket ulang-alik. Tentunya perubahan ini berdampak positif dan negatif. Pada sisi positifnya manusia semakin dimudahkan dalam pekerjaannya sehari-hari, kebutuhan dapat dengan mudah terpenuhi dengan cepat dan tepat, penggunaan sumber daya yang semakin efisien serta hemat waktu dan biaya, serta masih banyak lagi. Perkembangan ini membuka peluang baru bagi para pelaku industri dan masyarakat secara luas. Salah satu perubahan yang berdampak besar dan mengubah kehidupan manusia selamanya adalah penemuan internet yang merupakan wadah untuk mencari informasi, berbelanja, mengirim informasi, mencari hiburan, dan memudahkan untuk komunikasi jarak jauh. Perubahan ini memiliki potensi yang tidak terbatas dan membuka peluang baru. Tidak sedikit juga orang yang berhasil memanfaatkan perkembangan ini untuk mencari peruntungan. Dengan adanya internet memunculkan banyak aplikasi dan sistem yang memudahkan masyarakat untuk lebih lagi memaksimalkan peruntungan tersebut. Salah satu cara untuk memaksimalkan peruntungan adalah dengan melakukan promosi. Beberapa ahli menyatakan bahwa perkembangan dunia digital yang berlangsung sangat cepat dan pesat di seluruh dunia menuntut aktivitas periklanan yang terjadi tidak secara langsung, namun memiliki dampak yang besar terhadap masyarakat, baik pemasaran maupun penjualan. Hal ini bisa dicapai dengan digital marketing (Heidrick dan Struggles, 2019). Tujuan dari promosi ini sendiri adalah untuk membuat suatu usaha atau produk yang dihasilkan menjadi semakin lebih dikenal luas oleh masyarakat. Salah satu bentuk dari promosi yang biasa dilakukan adalah *Digital Marketing* dan salah satu sistem yang dapat melakukan promosi adalah *Google Advertising* yang memanfaatkan Algoritma dan *Big Data* untuk mempelajari tingkah laku konsumen serta kebutuhan konsumennya untuk menghadirkan iklan yang tepat sesuai dengan kebutuhan pengguna di dunia maya. Iklan ini banyak muncul dalam sosial media yang populer seperti Instagram, Twitter, Tiktok, Threads, dan sebagainya. PKM ini bertujuan untuk mengenalkan sistem *Google Advertising* agar mendukung proses penjualan yang dilakukan oleh perusahaan sehingga perusahaan kedepannya bisa memperoleh keuntungan yang lebih besar karena produknya dikenal lebih luas, dan memperoleh lebih banyak pelanggan.

PKM dilaksanakan dengan mendatangi lokasi kantor PT Crown Pratama. Pada saat pengarahannya diberikan sebuah modul yang berisi ringkasan penjelasan dari presentasi. Hasil luaran yang dicapai ini juga akan dijelaskan dalam kegiatan SERINA. Metode pelaksanaan dilakukan dengan cara presentasi disertai proses tanya-jawab.

Kata kunci: PKM, *Google Advertising*, *Digital Marketing*, *PT Crown Pratama*, *Virtual Reality*, *Big Data*, Algoritma.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Analisis Situasi**

PT CROWN PRATAMA adalah sebuah perseroan terbatas yang didirikan pada 16 Agustus 2007 berdasarkan Akta Pendirian Nomor 19 yang diubah terakhir dengan Akta Nomor 18 pada tanggal 9 Maret 2023. PT CROWN PRATAMA adalah perusahaan yang bergerak di bidang makanan khususnya jasa pengemasan ulang untuk produk gula pasir sachet, garam sachet, kopi instan sachet, krimer sachet, gula aren sachet, merica sachet, tusuk gigi sachet, sedotan sachet, sumpit sachet untuk kebutuhan HOREKA (Hotel, Restoran, Kafe) di seluruh Indonesia. Perusahaan yang dirintis oleh Bapak Benyamin Budiman, Bapak Sutan Haholongan Tobing, dan Bapak Teuku Bustami pada awalnya berdiri di sebuah bangunan 3 lantai yang beralamatkan di Jl. Empang Bahagia Raya Kelurahan Jelambar Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat. Seiring dengan berjalannya waktu, dalam kurun waktu 3 tahun kemudian tepatnya pada tahun 2010, perusahaan mengalami perkembangan yang ditandai dengan pindahnya perusahaan ke lokasi baru di kawasan Jakarta Barat yang beralamatkan di Komplek Prima Center 2 Blok D Nomor 6, Jl. Pesing Poglar Pool PPD Pesing No. 2 Kelurahan Kedaung Kali Angke Kecamatan Cengkareng Jakarta Barat. Perpindahan ini dilakukan demi menunjang kapasitas operasional perusahaan yang semakin besar yang memerlukan lokasi yang lebih luas dalam memproses jasa pengemasan.

Saat ini PT CROWN PRATAMA dipimpin oleh 2 orang Direktur dan satu orang Direktur Utama, perusahaan ini telah dipercaya menjadi pemasok di berbagai hotel besar serta restoran dan kafe besar di seluruh Indonesia. Untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin besar, maka PT CROWN PRATAMA pada tahun 2022 telah meningkatkan kapasitas produksi dengan cara menambah jumlah mesin serta mendirikan sebuah pabrik utama yang berlokasi di Kawasan Industri Blessindo Kelurahan Bojongsakal, Kecamatan Legok, Kabupaten Tangerang, Banten 15820.

PT CROWN PRATAMA merupakan salah satu pelopor dan perusahaan yang memiliki nama baik di bidang usaha jasa pengemasan ulang. Untuk itu, demi menjaga kualitas produk dan memenuhi ketentuan yang sebagaimana dipersyaratkan dalam peraturan perundang-undangan, PT CROWN PRATAMA saat ini telah memiliki berbagai sertifikat kelayakan yang dibutuhkan, seperti: surat edar dari BPOM, Sertifikat ISO 9001:2015, Sertifikat SNI 3140.3:2010, Sertifikat SNI 2983:2014, Sertifikat SNI 3556:2016 dan

Sertifikasi HALAL. Agar perusahaan dapat terus berkembang dan dipercaya oleh para konsumen, Perusahaan terus berkomitmen untuk selalu menjaga kualitas produk sesuai dengan standar sertifikasi yang berlaku yang telah dimiliki oleh PT CROWN PRATAMA.



## 1.2 Permasalahan Mitra

PT Crown Pratama sebagai salah satu pelaku industri yang bergerak di jasa pengemasan gula untuk keperluan Resto, Cafe, maupun Hotel. Pastinya melakukan promosi dan pemasaran baik melalui pameran, Iklan Konvensional (*Billboard*, Flyer, dan Spanduk), atau bahkan dengan promosi langsung on site dengan mendatangi tempat terkait. Dalam hal ini jelas setiap perusahaan ingin memperoleh sebanyak mungkin pelanggan sehingga bisa memaksimalkan Profit / keuntungan potensial yang bisa didapatkan oleh perusahaan. Pada masa *Modern* ini terutama pada negara berkembang seperti Indonesia masih minim industri jasa yang bisa memaksimalkan penggunaan iklan / *Digital Marketing* baik melalui sosmed seperti Instagram, Tiktok dan lain sebagainya juga pada platform streaming seperti Youtube. dikarenakan masih minimnya ketersediaan informasi dan jumlah pelaku yang sudah mencobanya sehingga tidak bisa diketahui secara pasti apakah efektif dan dapat diandalkan untuk mempromosikan dan memasarkan produk terkait. Dalam industri jasa selain harus bersaing dalam kualitas dan harga serta pelayanan, juga

diperlukan *Digital Marketing* yang optimal. dilansir dari Buku *Digital Marketing* beberapa ahli menyatakan bahwa Perkembangan dunia digital yang berlangsung sangat cepat dan pesat di seluruh dunia menuntut aktivitas periklanan yang terjadi tidak secara langsung, namun memiliki dampak yang besar terhadap masyarakat, baik pemasaran maupun penjualan. Hal ini bisa dicapai dengan *digital marketing* (Heidrick dan Struggles, 2019). Hal ini didasari karena komposisi mayoritas populasi sekarang kebanyakan didominasi oleh generasi muda yang kebanyakan sudah bergantung kepada teknologi dalam menjalani kehidupan sehari-harinya terutama *smartphone* sehingga waktu kebanyakan dihabiskan dalam dunia maya. mendasarkan pada hal ini penting sekali untuk memperoleh informasi mengenai seluk beluk penggunaan *google advertising* terutama mengenai mekanisme, cara pemakainya, keunggulannya dibandingkan Iklan Konvensional dan informasi lainnya yang berkaitan untuk mendukung pemasaran yang optimal berbasis *Digital Marketing*.

### **1.3. Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait**

Kegiatan pelatihan yang dilakukan di PT Crown Pratama ini merupakan kegiatan PKM yang baru dilakukan di perusahaan ini. PKM kali ini berfokus kepada optimalisasi sumber daya teknologi yang baru yaitu *Google Advertising*, sehingga potensi dari teknologi ini bisa dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku industri dalam meningkatkan promosi dan pemasarannya. Topik ini dipilih bukan tanpa alasan, melainkan karena perkembangan teknologi saat ini cukup pesat dan masyarakat serta pelaku industri tidak semuanya bisa langsung mengadaptasi segala perubahan yang ada. Kami memilih mitra baru untuk memperluas dan menyebarkan ilmu kami kepada lebih banyak orang sehingga harapannya bisa memiliki dampak positif dan berkelanjutan bagi kehidupan masyarakat dan pelaku industri secara luas.

## BAB II

### SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

#### 2.1 Solusi Permasalahan

Dengan semakin berkembangnya zaman, teknologi pun semakin berkembang. Untuk itu kita harus mengikuti perkembangan zaman yang ada agar tidak tertinggal. Sebagaimana dilansir dalam buku *Digital Marketing (Teori Konseptual)* menyatakan dengan jelas bahwa *Digital marketing* sangat penting untuk diterapkan dalam usaha memasarkan dan menjual produk, karena kemajuan perkembangan teknologi yang menghasilkan kecenderungan (trend) bisnis semakin bervariasi. Hal ini disebut dengan digital marketing trend (Diwyarthy, 2022,). Memasarkan produk dengan cara *door to door* atau menggunakan *billboard* sudah kurang efektif. Sekarang ini lebih efektif jika kita menggunakan teknologi untuk membantu kita memasarkan produk. Mengingat juga dengan kebiasaan masyarakat zaman sekarang yang sering dan selalu memegang gadget/gawai. Untuk itu, peluang dalam digital *marketing* sangatlah besar karena dapat memunculkan iklan ketika kita mengakses segala hal yang menggunakan internet melalui gadget/gawai. Namun, selama ini hanya ada beberapa aplikasi dan sistem dari *Digital Marketing* yang populer. Namun sebenarnya ada banyak sistem dan aplikasi *Digital Marketing* yang berkualitas tetapi tidak populer, contohnya seperti *Google Advertising*. Kami tim PKM melakukan presentasi untuk memperkenalkan *Google Advertising* pada tempat usaha yang belum mengenal sistem ini. Untuk itu kami memilih PT Crown Pratama sebagai tempat PKM kami kali ini. Karena PT Crown Pratama belum menerapkan dan belum mengetahui tentang adanya *Google Advertising* ini.

Pelatihan ini bertujuan meningkatkan kompetensi serta pemahaman untuk memanfaatkan *Google Advertising* sehingga dapat memberikan keuntungan dan memangkas biaya yang tidak diperlukan dari pemasaran tradisional. Dilansir dari Buku *Digital Marketing (Teori Konseptual)* berikut adalah beberapa keunggulan yang ditawarkan dari penggunaan *Digital Marketing* dibandingkan dengan *Marketing* secara konvensional

- Meliputi situs sosial, telepon genggam, *e-mail*, *search engine*.
- Murah dan dapat langsung berinteraksi dengan target konsumen.
- Dapat menjangkau seluruh konsumen tanpa ada Batasan jumlah dengan bantuan teknologi.
- Dapat terjangkau kapan saja.
- Mudah untuk mendapatkan *feedback*.

Berikut adalah perbandinganya dengan marketing secara konvensional

- Meliputi print media pamphlet, *broadcast*, and telephones..
- Mahal dan tidak dapat berinteraksi langsung dengan publik
- Punya *limit* untuk berinteraksi dengan publik
- Punya Batasan waktu per Periode
- Memakan waktu untuk memperoleh *feedback*

Dari perbandingan ini kita bisa melihat bahwa *marketing digital* secara teori lebih memuaskan dibandingkan *marketing* secara konvensional karena berbagai kemudahan yang diberikan.

## 2.2 Luaran Kegiatan

No.	Jenis Luaran	Keterangan
<b>Luaran Wajib</b>		
1	Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN atau	
2	Prosiding dalam temu ilmiah	✓
<b>Luaran Tambahan (wajib ada)</b>		
1	Publikasi di media massa	✓
2	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	✓
3	Teknologi Tepat Guna (TTG)	
4	Model/purwarupa/karya desain	
5	Buku ber ISBN	

## **BAB III**

### **METODE PELAKSANAAN**

#### **3.1 Langkah-langkah/Tahapan pelaksanaan**

Kegiatan pelatihan ini diawali dengan kedatangan langsung ke lokasi mitra kantor PT Crown Pratama pada saat pelaksanaan PKM ini. Di sana materi kami presentasikan secara langsung di hadapan para karyawan yang bersangkutan terutama untuk karyawan di bagian marketing. Pada saat pemaparan, kami juga memberikan beberapa pertanyaan yang bersifat diskusi untuk para peserta yang hadir dalam acara presentasi tersebut. Hal ini dilakukan untuk memberikan sekedar variasi dalam presentasi yang kami lakukan agar tidak membosankan para hadirin dalam mendengarkan pemaparan kami. Di akhir pemaparan disebarkan angket untuk evaluasi jalannya PKM ini. Berdasarkan hasil angket yang dibagikan dapat diketahui apakah materi yang diberikan sudah diterima dengan baik oleh para peserta atau belum. Dan juga kami memberikan angket yang berisi minat para peserta terkait topik apa yang perlu dijadikan kegiatan PKM berikutnya.

#### **3.2 Partisipasi mitra dalam kegiatan PKM**

Penyuluhan ini dilakukan berdasarkan kebutuhan PT Crown Pratama. Partisipasi mitra dalam pelaksanaan PKM ini adalah dengan mengkoordinir waktu dan menyediakan tempat. Pelaksanaan PKM ini telah diselenggarakan pada 20 September 2023. Hari dan tanggal pelaksanaan PKM ini juga telah disesuaikan dengan pihak mitra agar tidak berbenturan dengan kegiatan kami selaku pihak yang memberikan penyuluhan dan kegiatan karyawan perusahaan.

#### **3.3 Uraian kepakaran dan tugas masing-masing anggota tim.**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang sudah berdiri sejak tahun 1959 memiliki Program Studi Akuntansi dan Program Studi Manajemen serta Program Studi Magister Akuntansi dan Pendidikan Profesi Akuntansi, sehingga sudah selayaknya menyelenggarakan Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai salah satu bentuk tanggung jawab untuk membangun dan meningkatkan kualitas sdm terutama dalam memanfaatkan perkembangan Teknologi berbasis Digital untuk mendukung tercapainya indonesia emas pada tahun 2045 dimana Indonesia diprediksikan akan memasuki 5 besar negara terkuat di dunia utamanya dalam perekonomiannya. Di sisi lain, dalam Fakultas Ekonomi & Bisnis

UNTAR sudah banyak dosen yang telah tersertifikasi dan diwajibkan membuat kegiatan Tridharma Perguruan Tinggi antara lain kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini.

Dalam kegiatan PKM ini pelaksana (Tim PKM) terdiri dari tiga orang dengan satu orang dosen dan didampingi oleh dua orang mahasiswa.

Adapun perincian tim PKM ini adalah:

1. Tony Sudirgo, SE., MM., Ak., CA, BKP

Kepakaran : Akuntansi dan Pajak

Tugas : Menjadi pembicara dan penasihat sesuai dengan bidang kepakarannya dan mengkoordinasi pelaksanaan PKM.

2. Gilbertus Brian

NIM : 125220191

Tugas : Membantu pelaksanaan kegiatan PKM

3. Lydia

NIM : 125220186

Tugas : Membantu pelaksanaan kegiatan PKM

## **BAB IV**

### **HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI**

#### **4.1 Kronologi Kegiatan PKM**

Pelaksanaan PKM sebagai bagian dari Tridharma Perguruan Tinggi sangat disarankan oleh LPPM untuk dilakukan ke pihak eksternal sehingga kami mencari mitra yang cocok beserta dengan tema yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra.akhirnya kami pun menemukan mitra yang cocok dan berkoordinasi tentang pelaksanaan PKM ini. Pada akhirnya PKM ini dapat terlaksana sesuai kebutuhan kami sebagai dosen dan sesuai juga dengan kebutuhan PT Crown Pratama, Jakarta.

PKM semester Ganjil 2023/2024 yang dilakukan kami ini besar harapannya dapat memberikan pemahaman yang benar berkait dengan perkembangan pengetahuan dan teknologi terutamanya dalam bidang pemasaran digital, dalam hal ini adalah *Google Advertising*. Dengan pelatihan ini semoga dapat membekali *Staff* PT Crown Pratama agar nantinya dapat berguna dalam rangka promosi dan pemasaran produk jasa yang dihasilkan.

Kegiatan PKM ini dilakukan pada Hari Rabu, 20 September 2023 Pk.10.00 – 12.00. Susunan acara sebagai berikut :

Pk.10.00 – 10.14	Persiapan
Pk.10.15 - 11.15	Perkenalan, dan pemaparan materi
Pk.11.15 - 11.50	Sesi tanya jawab
Pk.11.50 - 12.00	Pengisian angket, foto bersama dan penutupan.

Pada saat pelaksanaan pemaparan materi, kegiatan diikuti oleh sekitar 6 orang staff bagian pemasaran. Pelatihan dilakukan dengan memberikan pemaparan materi terkait *Google advertising* dan tanya jawab. Setelah kegiatan pemaparan materi kami melakukan penyebaran angket mengenai tanggapan peserta atas pemaparan ini dengan pengisian angket evaluasi atas jalanya PKM ini.

## 4.2 Hasil Kegiatan PKM

Para peserta berhasil memahami tentang periklanan yang modern dan sudah mengenal tentang *google advertising* juga sudah mengerti cara menggunakan *google advertising* sebagai alat periklanan.

**Tabel IV.1**

### Hasil Respon Angket Setelah Pemaparan

Responden	Sesudah				
	1	2	3	4	5
1	4	4	3	3	2
2	5	4	3	2	1
3	4	3	4	2	2
4	3	2	4	2	2
5	3	4	5	2	1
6	4	5	5	3	2

Tabel IV.1 di atas menggambarkan kolom berupa 5 pertanyaan yang sama untuk sesudah pelatihan dan baris yang menunjukkan jumlah 6 *Staff Pt Crown Pratama* yang menjawab angket. Dari hasil angket di atas dapat dilihat bahwa ada perubahan yang cukup positif dalam jawaban pertanyaan (jawaban yang akurat adalah 3,2,4,3,1) dari para *Staff*.

## 4.3 Luaran yang Dicapai

Luaran kegiatan PKM ini berupa Artikel Pengenalan dan Pelatihan Penggunaan *Google Advertising* Sebagai Instrumen Untuk Mempromosikan Produk di PT CROWN PRATAMA. Kami berharap dengan

pemaparan ini dapat membekali para staff PT CROWN PRATAMA untuk lebih memahami tentang perubahan dan perkembangan iptek dari marketing itu sendiri. Hal ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi wawasan dan keterampilan para staff. Di samping artikel, PKM ini diikutsertakan dalam acara SENAPENMAS 2023 dan akan disajikan dalam artikel SENAPENMAS. Foto kegiatan PKM selengkapnya dapat dilihat di lampiran 2, salah satunya disajikan di bawah ini:



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

PKM ini telah dilaksanakan dengan baik, dengan bantuan kerja sama dari mitra. Partisipasi mitra dalam pelaksanaan PKM ini adalah mengkoordinir waktu untuk menyelenggarakan pemaparan dan mempersiapkan ruangan agar pemaparan materi dapat diikuti oleh staff-staff yang bersangkutan. Hari dan tanggal pelaksanaan PKM ini juga disesuaikan dengan pihak PT Crown Pratama agar tidak berbenturan dengan kegiatan kami selaku pihak yang memberikan pemaparan yang disepakati. Setelah diskusi panjang akhirnya kegiatan PKM ini dilakukan pada hari Rabu tanggal 20 September 2023. Setelah memberikan angket kepada para peserta kami dapat menyimpulkan bahwa PKM ini telah berjalan dengan baik dan berdasarkan sesi tanya jawab, kami dapat menyimpulkan bahwa materi Pengenalan dan Pelatihan Penggunaan *Google Advertising* Sebagai Instrumen Untuk Mempromosikan Produk di PT CROWN PRATAMA telah diterima dan telah dipahami dengan baik. Kami berharap semoga materi ini berguna bagi mereka dan dapat diterapkan untuk membantu dan memajukan usaha PT Crown Pratama.

#### **5.2 Saran**

PKM semester berikutnya dapat menindak lanjuti PKM sebelumnya dan kami berharap dapat memperbaiki kesalahan yang telah dibuat dari PKM kali ini. berdasarkan hasil angket, PKM merupakan salah satu bentuk alih informasi dan ilmu untuk mendidik dan melatih para pelaku ekonomi. Kemajuan dari segi topik maupun dari segi pemaparan materi adalah faktor penting agar PKM dapat memberikan dampak positif bagi kemajuan dan kesejahteraan masyarakat umum. Terkait pembekalan di masa depan sebaiknya terus diberikan pelatihan ataupun penyuluhan kepada yang membutuhkan. karena pada tahun mendatang akan banyak perkembangan teknologi baru yang bermunculan, di samping itu topik lain yang kompetensinya dimiliki oleh dosen-dosen Untar dapat dijadikan masukan untuk PKM semester berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Ivonne Ayesha, I Wayan Adi Pratama, Syahril Hasan, Amaliyah, Nur Ika Effendi, Tri Yusnanto, Ni Desak Made Santi Diwyarthi, Ristianawati Dwi Utami, Adhy Firdaus, Mumuh Mulyana, Fitriana, Norhidayati, Ash Shadiq Egim (2022), *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*, Pt. Global Eksekutif Teknologi.
2. Yolla Margaretha, Asni Harianti, Nur, Maya Malinda, Andre Sunjaya ., 2021, *Pelatihan Strategi Pemasaran Online Dalam Rangka Optimalisasi Pemasaran Produk Khas Temiyang*, Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2021, 21 Oktober 2021, Jakarta.
3. [www.kemenkopmk.go.id](http://www.kemenkopmk.go.id) Diakses pada 9 November 2023. Pukul 19.11
4. [www.kemhan.go.id](http://www.kemhan.go.id) Diakses pada 9 November 2023. Pukul 19.11
5. [ads.google.com](https://ads.google.com) Diakses pada 9 November 2023. Pukul 19.10
6. [dqlab.id](http://dqlab.id) Diakses pada 9 November 2023. Pukul 19.10
7. Muhammad Wali, Efitra, I Gede Iwan Sudipa, Ani Heryani, Chandra Hendriyani, Rakhmadi Rahman, Putu Praba Santika, Stefani Lily Indarto, Tanwir, Muhammad Buchori Ibrahim, Ade Iskandar, Indra Kertati, Hotnida Nainggolan, Sepriano (2023), *Penerapan & Implementasi Big Data Di Berbagai Sektor*, PT. Sonpedia Publishing Indonesia
8. [www.hashmicro.com](http://www.hashmicro.com) Diakses pada 9 November. Pukul 19.09
9. Esha Jain , Ashank Yadav ., 2017, *Marketing and Technology: Role of Technology in Modern Marketing*, IOSR Journal of Business and Management 2017, Mei 2017, India.
10. <https://crownpratama.com> Diakses pada 9 November. Pukul 19.09

## Lampiran 1

# PPT PENYULUHAN PENGGUNAAN GOOGLE ADVERTISING SEBAGAI INSTRUMEN UNTUK MEMPROMOSIKAN JASA PENGEMASAN GULA DI PT CROWN PRATAMA PKM SEMESTER GANJIL 2023/2024

### Topik Pemaparan PKM

- 1) Latar dan Tujuan Penyuluhan
- 2) Langkah-langkah Pendaftaran
- 3) Perbandingan iklan konvensional dengan google advertising



## Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang ada pada zaman sekarang, menuntut adanya pemenuhan akan kebutuhan informasi serta edukasi untuk menggunakan teknologi informasi secara optimal sehingga bisa memberikan manfaat bagi perusahaan. Terutama di bidang promosi jasa/barang yang dibuat, hal ini tentunya melihat tingginya antusiasme masyarakat terhadap e-commerce di era sekarang ini. Salah satu solusinya adalah dengan penggunaan *Google Advertising*.

1



## Langkah-Langkah pendaftaran

Tambahkan informasi bisnis

Buat iklan

Lengkapi detail pembayaran

Tambahkan informasi Anda untuk mempercepat penyelesaian kampanye

Anda akan membutuhkan informasi ini untuk menambahkan iklan ke kampanye.

Apakah nama bisnis Anda?

Masukkan nama bisnis Anda (opsional)

Ke mana orang akan aliharahkan setelah mengklik iklan Anda?

Situs web  
Promosi iklan yang mengklik iklan akan diarahkan ke situs yang paling relevan. Jika tidak ada situs web yang relevan, iklan akan diarahkan ke halaman landing page yang paling relevan.

Menampilkan URL halaman web (opsional)

Nomor telepon bisnis Anda

Alamat perusahaan Anda

Buat iklan Anda sekarang

Anda menggunakan Google AI untuk membuat gambar hasil iklan Anda

Anda dapat menggunakan gambar yang dibuat dengan AI untuk membuat iklan yang menarik dan relevan.

Buat iklan untuk menjual produk atau layanan Anda

Anda dapat menjual produk atau layanan Anda dengan iklan yang menarik dan relevan.

Uji iklan

Uji iklan

Uji iklan

Uji iklan

Buat iklan

Buat iklan

Buat iklan

Buat iklan

Buat iklan

3



**Lampiran 2**  
**FOTO-FOTO KEGIATAN PKM**





## ARTIKEL SERINA

# PELATIHAN PENGGUNAAN GOOGLE ADVERTISING SEBAGAI INSTRUMEN UNTUK MEMPROMOSIKAN PRODUK DI PT CROWN PRATAMA

Tony Sudirgo<sup>1</sup>, Gilbertus Brian<sup>2</sup>, Lydia Suryani Tjahjadi<sup>3</sup>.

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

[1tonys@fe.untar.ac.id](mailto:tonys@fe.untar.ac.id)

[2gilbertus.125220191@stu.untar.ac.id](mailto:gilbertus.125220191@stu.untar.ac.id)

[3lydia.125220186@stu.untar.ac.id](mailto:lydia.125220186@stu.untar.ac.id)

### ABSTRACT

A country's economy is a continuous cycle of production and consumption of goods and services, this cycle is the most important area that supports the life of a country, and has a dominant effect on stability in various fields, especially the social, political, cultural and security of a country. One of the real evidences is the 1998 riots which was motivated by the weakening of the Indonesian economy due to the Asian Financial Crisis at that time. Companies as one of the driving wheels of the economy in a country are one of the country's largest contributors in terms of income, and employment. So that optimization is needed in maintaining the cycle of income and expenses so that the existing expenses are not greater than the income earned. One of the many problems often experienced by companies is in the field of marketing goods / services. Examples of service problems here are often associated with a lack of confidence in the quality and experience and services possessed. while in goods are often, more associated with the price and quality of the product. However, in many cases it can be seen that many companies in Indonesia engaged in services have not been able to fully maximize digital marketing to encourage the company to achieve sales targets and obtain expected profits. This PKM is a step to educate the partner company, PT CROWN PRATAMA, in optimizing one of the popular digital marketing instruments, Google Advertising, which uses machine learning technology to learn consumer behavior and interest in goods/services and present the right advertisements. This PKM is carried out on-site at PT CROWN PRATAMA using the PPT presentation method accompanied by a question and answer process. Hopefully this activity can provide knowledge and be useful for companies in utilizing advertising advances in this digital era.

Keywords: *Economy, Indonesia, Asian Financial Crisis, PKM, PT CROWN PRATAMA, Google Advertising, Machine Learning, on-site*

### ABSTRAK

Perekonomian suatu negara merupakan sebuah siklus dari produksi dan konsumsi barang dan jasa secara berkelanjutan, siklus ini merupakan bidang paling penting yang menyokong kehidupan suatu negara, dan memiliki efek yang dominan terhadap kestabilan di berbagai bidang terutamanya sosial, politik, budaya dan keamanan suatu negara. Salah satu bukti nyatanya adalah kerusuhan tahun 1998 yang dilatarbelakangi oleh melemahnya perekonomian indonesia akibat dari Krisis Keuangan Asia saat itu. Perusahaan sebagai salah satu roda penggerak perekonomian di sebuah negara merupakan salah satu penyumbang terbesar negara dalam hal pendapatan, dan lapangan pekerjaan. Sehingga dibutuhkan pengoptimalan dalam menjaga siklus pendapatan dan beban yang dimilikinya agar beban yang ada tidak lebih besar daripada pendapatan yang diperoleh. Salah satu dari banyaknya masalah yang kerap dialami oleh perusahaan adalah pada bidang pemasaran barang/jasa. Contoh masalah jasa disini kerap sekali dikaitkan dengan kurangnya kepercayaan akan kualitas dan pengalaman serta pelayanan yang dimiliki. sementara pada barang, kerap lebih dikaitkan dengan harga dan kualitas dari produk tersebut. Namun pada banyak kasus bisa dilihat banyak perusahaan di indonesia yang bergerak di bidang jasa utamanya belum bisa memaksimalkan pemasaran digital secara seutuhnya untuk mendorong perusahaan tersebut mencapai target penjualan dan memperoleh laba yang diharapkan. PKM ini merupakan sebuah langkah untuk mengedukasi perusahaan mitra yaitu PT CROWN PRATAMA dalam mengoptimalkan salah satu instrumen pemasaran digital yang populer yaitu *Google Advertising* yang menggunakan teknologi *machine learning* untuk mempelajari perilaku dan ketertarikan konsumen akan suatu barang/jasa dan menghadirkan iklan yang tepat. PKM ini dilaksanakan secara *on-site* di PT CROWN PRATAMA dengan menggunakan metode presentasi PPT disertai dengan proses tanya-jawab. Harapan nya kegiatan ini dapat memberikan ilmu serta bermanfaat bagi perusahaan dalam memanfaatkan kemajuan advertising di era *digital* ini.

Keywords: Perekonomian,Indonesia,Krisis Keuangan Asia,PKM,PT CROWN PRATAMA,*Google Advertising,Machine Learning,on-site.*

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Analisis Situasi

PT CROWN PRATAMA adalah sebuah perseroan terbatas yang didirikan pada 16 Agustus 2007 berdasarkan Akta Pendirian Nomor 19 yang diubah terakhir dengan Akta Nomor 18 pada tanggal 9 Maret 2023. PT CROWN PRATAMA adalah perusahaan yang bergerak di bidang makanan khususnya jasa pengemasan ulang untuk produk gula pasir sachet, garam sachet, kopi instan sachet, krim sachet, gula aren sachet, merica sachet, tusuk gigi sachet, sedotan sachet, sumpit sachet untuk kebutuhan HOREKA (Hotel, Restoran, Kafe) di seluruh Indonesia. Perusahaan yang dirintis oleh Bapak Benyamin Budiman, Bapak Sutan Haholongan Tobing, dan Bapak Teuku Bustami pada awalnya berdiri di sebuah bangunan 3 lantai yang beralamatkan di Jl. Empang Bahagia Raya Kelurahan Jelambar Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat. Berikut ini adalah foto PT CROWN PRATAMA yang akan menjadi mitra pelaksanaan PKM.



Seiring dengan berjalannya waktu, dalam kurun waktu 3 tahun kemudian tepatnya pada tahun 2010, perusahaan mengalami perkembangan yang ditandai dengan pindahnya perusahaan ke lokasi baru di kawasan Jakarta Barat yang beralamatkan di Komplek Prima Center 2 Blok D Nomor 6, Jl. Pesing Poglar Pool PPD Pesing No. 2 Kelurahan Kedaung Kali Angke Kecamatan Cengkareng Jakarta Barat. Perpindahan ini dilakukan demi menunjang kapasitas operasional perusahaan yang semakin besar yang memerlukan lokasi yang lebih luas dalam memproses jasa pengemasan.

Saat ini PT CROWN PRATAMA dipimpin oleh 2 orang Direktur dan satu orang Direktur Utama, perusahaan ini telah dipercaya menjadi pemasok di berbagai hotel besar serta restoran dan kafe besar di seluruh Indonesia. Untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin besar, maka PT CROWN PRATAMA pada tahun 2022 telah meningkatkan kapasitas produksi dengan cara menambah jumlah mesin serta mendirikan sebuah pabrik utama yang berlokasi di Kawasan Industri Blessindo Kelurahan Bojongkamal, Kecamatan Legok, Kabupaten Tangerang, Banten 15820.

PT CROWN PRATAMA merupakan salah satu pelopor dan perusahaan yang memiliki nama baik di bidang usaha jasa pengemasan ulang. Untuk itu, demi menjaga kualitas produk dan memenuhi ketentuan yang sebagaimana dipersyaratkan dalam peraturan perundang-undangan, PT CROWN PRATAMA saat ini telah memiliki berbagai sertifikat kelayakan yang dibutuhkan, seperti: surat edar dari BPOM, Sertifikat ISO 9001:2015, Sertifikat SNI 3140.3:2010, Sertifikat SNI 2983:2014, Sertifikat SNI 3556:2016 dan Sertifikasi HALAL. Agar perusahaan dapat terus berkembang dan dipercaya oleh para konsumen, Perusahaan terus berkomitmen untuk selalu menjaga kualitas produk sesuai dengan standar sertifikasi yang berlaku yang telah dimiliki oleh PT CROWN PRATAMA.



## 1.2.Foto-foto produk

Perusahaan PT CROWN PRATAMA merupakan salah satu perusahaan yang berkontribusi dalam membangun perekonomian dalam negeri karena PT CROWN PRATAMA memiliki pelanggan yang kebanyakan berkategori Fnb. Bisnis Fnb merupakan salah satu bisnis yang paling banyak diminati di Indonesia. Untuk itu kehadiran PT CROWN PRATAMA sangat penting dalam menyokong kegiatan bisnis Fnb. Namun tidak semua orang mengetahui keberadaan PT CROWN PRATAMA untuk itu dalam kegiatan PKM kali ini kami akan mengenalkan tentang google advertising kepada PT CROWN PRATAMA.

## **1.2 Permasalahan Mitra**

PT Crown Pratama merupakan salah satu pelaku industri yang bergerak di jasa pengemasan gula dan sejenisnya untuk keperluan Resto, Cafe, maupun Hotel. Perseroan terbatas ini pastinya melakukan promosi dan pemasaran baik melalui pameran, Iklan Konvensional (Billboard, Flyer, dan Spanduk), atau bahkan dengan promosi langsung on site dengan mendatangi tempat terkait. Dalam hal ini jelas setiap perusahaan ingin memperoleh sebanyak mungkin pelanggan sehingga bisa memaksimalkan Profit / keuntungan potensial yang bisa didapatkan oleh perusahaan. Pada masa Modern ini terutama pada negara berkembang seperti Indonesia masih minim industri jasa yang bisa memaksimalkan penggunaan iklan / Digital Marketing baik melalui sosmed seperti Instagram, Tiktok,dll. Masih banyak juga pelaku usaha yang belum mengetahui secara pasti apakah cara ini efektif dan dapat diandalkan untuk mempromosikan dan memasarkan produk terkait. Dalam industri jasa selain harus bersaing dalam kualitas dan harga serta pelayanan, juga diperlukan Digital Marketing yang optimal. Dilansir dari Buku Digital Marketing beberapa ahli menyatakan bahwa Perkembangan dunia digital yang berlangsung sangat cepat dan pesat di seluruh dunia menuntut aktivitas periklanan yang terjadi tidak secara langsung, namun memiliki dampak yang besar terhadap masyarakat, baik pemasaran maupun penjualan. Hal ini bisa dicapai dengan digital marketing (Heidrick dan Struggles, 2019). Hal ini didasari karena komposisi mayoritas populasi sekarang kebanyakan didominasi oleh generasi muda yang kebanyakan sudah bergantung kepada teknologi dalam menjalani kehidupan sehari-harinya terutama smartphone sehingga waktu kebanyakan dihabiskan dalam dunia maya. Oleh karena itu, pada hal ini penting sekali untuk memperoleh informasi mengenai seluk beluk penggunaan *google*

*advertising* terutama mengenai mekanisme, cara pemakaiannya, keunggulannya dibandingkan Iklan Konvensional dan informasi lainya yang berkaitan dengan dukungan pemasaran yang optimal berbasis Digital Marketing

### **1.3. Solusi Mitra**

Untuk menjawab permasalahan diatas, kami berencana untuk mengadakan kegiatan pengarahannya yang akan dilaksanakan di PT Crown Pratama. Kegiatan ini merupakan pengalaman pertama bagi kami dan PT Crown Pratama. PKM kali ini berfokus kepada optimalisasi sumber daya teknologi yang baru yaitu Google Advertising, sehingga potensi dari teknologi ini bisa dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku industri dalam meningkatkan promosi dan pemasarannya. Topik ini dipilih bukan tanpa alasan, melainkan karena perkembangan teknologi saat ini yang sangat pesat dan masyarakat serta pelaku industri tidak semuanya bisa langsung mengadaptasi segala perubahan yang ada. Kami memilih mitra baru tentunya untuk memperluas dan menyebarkan ilmu kami kepada lebih banyak orang sehingga harapannya bisa berdampak positif dan berkelanjutan bagi kehidupan masyarakat dan pelaku industri secara luas.

## **2. METODE PELAKSANAAN PKM**

### **2.1 Langkah-langkah/Tahapan pelaksanaan**

Kegiatan penyuluhan ini diawali dengan kedatangan langsung ke lokasi mitra kantor PT Crown Pratama pada hari Rabu tanggal 20 September 2023. Pada saat pelaksanaan PKM ini, materi kami presentasikan secara langsung di hadapan para karyawan yang bersangkutan terutama untuk karyawan di bagian *marketing*. Pada saat pemaparan, kami juga memberikan beberapa pertanyaan yang bersifat diskusi untuk para peserta yang hadir dalam acara presentasi tersebut. Hal ini kami lakukan agar mendapatkan saran dan pesan mengingat pihak mitra lah yang mengalami pengalaman langsung di lapangan sehingga topik diskusi akan lebih menarik. Di akhir pemaparan disebarakan angket untuk evaluasi jalannya PKM ini. Berdasarkan hasil angket yang dibagikan, dapat diketahui apakah materi yang diberikan sudah diterima dengan baik oleh para peserta atau belum. Dan kami juga memberikan angket yang berisi minat para peserta terkait topik apa yang perlu dijadikan kegiatan PKM berikutnya.

## **2.2 Partisipasi mitra dalam kegiatan PKM**

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan PKM ini adalah dengan mengkoordinir waktu untuk menyelenggarakan pelatihan dan mempersiapkan para karyawan yang bersangkutan agar dapat mengikuti pelatihan ini tanpa disibukkan dengan tugas-tugas lainnya.

Hari dan tanggal pelaksanaan PKM ini juga akan disesuaikan dengan pihak mitra agar tidak berbenturan dengan kegiatan kami selaku pihak yang memberikan pelatihan dan dilakukan pada tanggal 20 September 2023.

## **2.3 Uraian kepakaran dan tugas masing-masing anggota tim.**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang sudah berdiri sejak tahun 1959 memiliki Program Studi Akuntansi dan Program Studi Manajemen serta Program Studi Magister Akuntansi dan Pendidikan Profesi Akuntansi, sehingga sudah selayaknya menyelenggarakan Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai salah satu bentuk tanggung jawab untuk membangun dan meningkatkan kualitas SDM terutama dalam memanfaatkan perkembangan Teknologi berbasis Digital untuk mendukung tercapainya Indonesia emas pada tahun 2045 dimana Indonesia diprediksikan akan memasuki 5 besar negara terkuat di dunia utamanya dalam perekonomiannya. Di sisi lain, dalam Fakultas Ekonomi & Bisnis UNTAR sudah banyak dosen yang telah tersertifikasi dan diwajibkan membuat kegiatan Tridharma Perguruan Tinggi antara lain kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini. Dalam kegiatan PKM ini pelaksana (Tim PKM) terdiri dari tiga orang dengan satu orang dosen dan didampingi oleh dua orang mahasiswa.

Adapun perincian tim PKM ini adalah:

1. Tony Sudirgo, SE., MM., Ak., CA, BKP

Kepakaran : Akuntansi dan Pajak

Tugas : Menjadi pembicara sesuai dengan bidang kepakarannya dan mengkoordinasi pelaksanaan PKM.

2. Gilbertus Brian

NIM : 125220191

Tugas : Memberikan angket dan mengumpulkan angket serta membantu pelaksanaan kegiatan PKM dengan mendampingi para siswa-siswi untuk bertanya jika ada materi yang tidak jelas.

3. Lydia

NIM : 125220186

Tugas : Memberikan angket dan mengumpulkan angket serta membantu pelaksanaan kegiatan PKM dengan mendampingi para siswa-siswi untuk bertanya jika ada materi yang tidak jelas.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil

PKM ini dilakukan pada hari Rabu tanggal 20 September 2023. Pada saat pelaksanaan PKM materi dipaparkan melalui presentasi berbentuk powerpoint dengan menggunakan proyektor yang disediakan oleh mitra bersangkutan, dan disertai dengan peragaan secara langsung cara mendaftarkan iklan pada *Google Advertising*. Materi yang kami bawaan berhasil diterima dengan baik yang dapat dilihat dari suasana yang kondusif dan banyaknya karyawan yang menyimak presentasi kami serta antusiasme mereka dalam menanyakan lebih lanjut tentang materi yang kami bawaan. Banyak juga yang bertanya mengenai masalah terkait budgeting dan komponen yang menarik dalam pembuatan sebuah iklan digital. Pada saat penjelasan kami juga menerima beberapa masukan dari karyawan mitra terkait alasan penggunaan strategi pemasaran secara konvensional dianggap lebih unggul.

#### 3.2 Pembahasan

PKM ini merupakan sebuah kolaborasi diskusi lintas ilmu pengetahuan antar universitas Tarumanagara dan PT Crown Pratama yang menekuni bidang jasa pengemasan gula. Tentunya, pengalaman dan pengetahuan kami dengan yang bergerak di lapangan memang akan berbeda dikarenakan adanya keperluan penyesuaian terkait situasi dan kondisi yang ada. Namun kami selaku penyelenggara PKM selalu berusaha sebisa kami untuk tetap netral dengan menghadirkan sebuah solusi atau jalan tengah terkait penyelesaian atas permasalahan yang dialami oleh mitra, tidak hanya secara teoretis namun dengan melakukan silang pendapat lewat sesi tanya jawab. Dalam hal ini kami menjelaskan keterkaitan antar perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dengan kemajuan di bidang advertising. Perkembangan ini merupakan bagian dari yang disebut awal revolusi industri 4.0 yang digadang-gadang merupakan masa peralihan paling besar dari penggunaan tenaga manusia menuju mesin dan mekanisasi penuh yang dimana mengindikasikan akan munculnya persaingan yang lebih ketat dalam menghadirkan pelayanan dan pemasaran yang lebih baik antar usaha sejenis. Kami juga memberikan gambaran dan bahasan berupa studi kasus dari bagaimana perusahaan-perusahaan besar berusaha melakukan digitalisasi di bagian-bagian yang memungkinkan untuk digantikan oleh mesin. Terkait budgeting kami selalu menyatakan pentingnya keseimbangan antara cost dan benefit yang diperoleh. Desain yang

dimiliki oleh iklan digital juga merupakan salah satu elemen penting dalam menarik pelanggan karena jika iklan tidak dibuat secara *simple* dan padat (informatif) maka akan sangat sulit untuk menarik pelanggan potensial.

Berikut ini adalah foto-foto kegiatan PKM yang telah diadakan beserta materi yang telah disampaikan :

**Gambar 1. Materi PKM-1**

### **Manfaat Google Advertising**

1. Jangkauan iklan lebih luas.
2. Mempromosikan bisnis dengan lebih mudah dan efisien dengan biaya yang terkontrol.
3. Memiliki fitur-fitur yang dapat membantu melihat progress dari iklan dan audiens menjadi lebih ter-target.





Gambar 3. Kegiatan Pelatihan dan Tanya Jawab



#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

PKM dengan topik PELATIHAN PENGGUNAAN GOOGLE ADVERTISING SEBAGAI INSTRUMEN UNTUK MEMPROMOSIKAN PRODUK PT CROWN PRATAMA sudah terlaksana dengan lancar tanpa satupun hambatan. Namun pada saat pelaksanaan diketahui masih banyak karyawan di berbagai bidang belum paham dengan tepat cara mengatur settingan pada opsi untuk mengatur jumlah iklan yang akan muncul, apakah sudah sesuai dengan yang dibutuhkan atau tidak karena jumlah iklan itu akan sangat berkaitan dengan budget yang dimiliki oleh perusahaan dalam bidang marketing. Selain itu, minimnya detail mengenai cara kerja *Machine Learning* dan AI pada marketing juga masih menimbulkan keraguan apakah sudah tepat atau tidak dalam mencoba instrumen pemasaran digital seperti *Google Advertising*. Kami berpendapat hal ini diakibatkan karena peralihan teknologi memerlukan waktu dan kepercayaan serta wadah belajar yang terbuka secara luas agar bisa diadaptasi ke dalam berbagai jenis bisnis. Sulitnya terjadi transformasi marketing dari konvensional ke digital juga dipengaruhi atas adanya paham bahwa jalanya suatu marketing itu sudah ada caranya tersendiri. Marketing konvensional dipandang lebih meyakinkan karena sudah dijalankan dalam waktu lama dan hasil yang diperoleh dapat diperkirakan dan dirasakan secara langsung serta lebih tepat sasaran. Mengacu pada fakta tersebut kami menyadari pentingnya seorang narasumber profesional yang berkecimpung di bidang tersebut agar dapat memberikan keyakinan dan info yang lebih menyeluruh terkait dengan hal ini, sehingga transformasi ke era digital akan disambut secara lebih positif. Kami juga menyarankan bahwa pelaksanaan PKM secara terus menerus sangat dibutuhkan karena masih banyak mitra-mitra yang belum bisa melakukan transformasi bisnisnya ke arah digital diakibatkan minimnya informasi dan wawasan serta kurangnya kepercayaan akan wadah/platform yang ada.

#### **Ucapan Terima Kasih**

Pada kesempatan ini, saya sebagai ketua tim PKM mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ivan selaku pimpinan PT Crown Pratama yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Juga kepada Manajer Bidang PKM, Dr. Ir. Endah Setyaningsih, M.T. yang telah banyak membantu dan menyetujui proposal dan pendanaan agar dapat terselenggaranya kegiatan ini, serta kepada Saudari Lydia Suryani Tjahjadi dan Saudara Gilbertus Brian mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi Universitas Tarumanagara yang banyak membantu dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini.

## REFERENSI

<https://ads.google.com>

crownpratama.wordpress.com

Esha Jain , Ashank Yadav ., 2017, Marketing and Technology: Role of Technology in Modern Marketing, IOSR Journal of Business and Management 2017, Mei 2017, India

<https://perpustakaan.komnasperempuan.go.id>

<https://kamus.tokopedia.com>

Ivonne Ayesha, I Wayan Adi Pratama, Syahril Hasan, Amaliyah, Nur Ika Effendi, Tri Yusananto, Ni Desak Made Santi Diwyarthi, Ristianawati Dwi Utami, Adhy Firdaus, Mumuh Mulyana, Fitriana, Norhidayati, Ash Shadiq Egim (2022), Digital Marketing (Tinjauan Konseptual), Pt. Global Eksekutif Teknologi.

<https://www.kemenkopmk.go.id>

<https://dqlab.id>

<https://www.kominfo.go.id>

<https://rocketium.com>

Yolla Margaretha, Asni Harianti, Nur, Maya Malinda, Andre Sunjaya ., 2021, Pelatihan Strategi Pemasaran Online Dalam Rangka Optimalisasi Pemasaran Produk Khas Temiyang, Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2021, 21 Oktober 2021, Jakarta