

MATERI  
PENGABDIAN MASYARAKAT  
**STRSTEGI BISNIS ON LINE**



Disampaikan Oleh:

Disampaikan oleh:

Shofia Asry, S.E, M.M (0320067803)

Sri Sugiarti, S.E, M.M (0326106501)

Dr. MR. Ulung Sembiring, S.E, M.M (0310086602)

Malikuddin Sembiring, S.E, M.M (0304056902)

Bachtiar Sembiring, S.E, M.M (0308107001)

Eka Budi Yulianti, S.E, M. Ak ( 0312078101)

**UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN S 1**

Jl. TB. Simatupang No. 152 Tanjung Barat Pasar Minggu

J A K A R T A

## STRATEGI BISNIS ONLINE

### A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi serta perekonomian yang begitu pesat sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat dan ditambah lagi dengan adanya pandemi covid-19 yang belum berakhir. Untuk dapat bertahan serta dapat berkompetisi dalam persaingan tersebut suatu bisnis atau perusahaan harus memperhatikan pelayanan yang efektif serta efisiensi dalam pendayagunaan sumber daya yang dimiliki serta mengikuti perkembangan teknologi untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

Bisnis atau niaga adalah kegiatan memperjualbelikan barang atau jasa dengan tujuan memperoleh laba. Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen yang membutuhkan serta mendapatkan laba atau keuntungan. Walaupun tidak semua kegiatan bisnis ini mengejar keuntungan semata, contohnya koperasi. Secara etimologi bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau kelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.

Dalam ekonomi kapitalis, kebanyakan bisnis dimiliki swasta dan bisnis dibentuk untuk dapat meningkatkan kemakmuran para pemiliknya. Secara etimologi bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata bisnis memiliki tiga pengguna, tergantung skopnya. Bagi pengguna singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomi yang bertujuan mencari laba atau keuntungan, misal P.T (Perseroan Terbatas), Firma dll. Bagi pengguna yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu (merujuk seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang atau jasa), misalnya bisnis pertelevisian. Pengguna yang paling luas merujuk pada aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa.

Suatu bisnis atau perusahaan agar dapat bertahan dalam persaingan yang sangat ketat adalah perusahaan harus peka terhadap perubahan yang penuh persaingan. Perusahaan yang berorientasi kepada pasar harus memikirkan bagaimana mempengaruhi konsumen, khususnya pembeli potensial agar bersedia membeli produk yang dihasilkan dan ditawarkan. Adapun yang harus dilakukan perusahaan adalah menentukan strategi apa yang dapat tetap menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualannya.

Dengan adanya globalisasi dimana ruang gerak jadi tidak terbatas, bisa menjangkau seluruh dunia. Sehingga untuk melakukan pemasaran maupun penjualan bisa secara online dengan demikian perusahaan tersebut telah memasuki bisnis online. Walaupun dalam bisnis online bisa menjangkau secara internasional tetapi perlu dipelajari terlebih dahulu kelebihan dan kekurangan pada bisnis ini sehingga perusahaan bisa bersaing.

Bisnis online adalah bisnis yang dilakukan secara online lewat internet. Dalam bisnis ini barang apa saja dapat diperjualbelikan layaknya pada bisnis pada umumnya. Untuk bisa bisnis ini banyak media yang bisa dimanfaatkan antara lain, Website, Facebook, Twitter, Instagram dan lain-lain yang merupakan aplikasi pada telepon genggam.

Dengan uraian dan penjelasan pada latar belakang maka penyuluhan yang kami sampaikan dengan topik : “Strategi Bisnis Online”.

## B. Landasan Teori

### 1. Bisnis

Bisnis atau niaga adalah kegiatan memperjualbelikan barang atau jasa dengan tujuan memperoleh laba. Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen yang membutuhkan serta mendapatkan laba atau keuntungan. Walaupun tidak semua kegiatan bisnis ini mengejar keuntungan semata, contohnya koperasi.

Dalam ilmu ekonomi bahwa bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan keuntungan/laba. Keuntungan ini memungkinkan perusahaan tidak hanya bertahan melainkan juga dapat menghidupi karyawan-karyawannya bahkan pada tingkat dan taraf hidup yang lebih baik. Demi memperoleh keuntungan tersebut perusahaan harus sadar bahwa konsumen adalah benar-benar raja. Karena itu hal yang paling pokok untuk mempunyai pemikiran sebagai berikut:

- a. Dalam bisnis modern, para pelaku bisnis dituntut untuk menjadi orang-orang profesional dibidangnya. Mereka dituntut mempunyai keahlian dan keterampilan bisnis yang melebihi keahlian kebanyakan orang lainnya.

- b. Dalam persaingan bisnis yang ketat para pelaku bisnis modern sangat bisa untung dan bertahan dalam pasar penuh persaingan adalah sejauhmana suatu perusahaan bias merebut dan mempertahankan kepercayaan konsumen.
- c. Perusahaan-perusahaan modern juga semakin menyadari bahwa karyawan bukanlah tenaga yang siap untuk eksploitasi demi mengeruk keuntungan sebesar-besarnya.

Secara etimologi bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata bisnis memiliki tiga pengguna, tergantung skupnya yaitu :

- a. Bagi pengguna singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usahan, yaitu kesatuan yuridis (hukum),teknis, dan ekonomi yang bertujuan mencari laba atau keuntungan, misal P.T, Firma dll.
- b. Bagi pengguna yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu (merujuk seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang atau jasa), misalnya bisnis pertelevisian.
- c. Bagi Pengguna yang paling luas merujuk pada aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa.

Bentuk dasar kepemilikan bisnis berbeda-beda pada setiap negara, ada beberapa bentuk yang dianggap umum yaitu perusahaan perorangan, persekutuan, perseroan dan koperasi. Bisnis juga dapat diklasifikasi berdasarkan aktivitas yang dilakukan dalam menghasilkan keuntungan yaitu manufaktur, bisnis jasa, pengecer dan distribusi, pertanian, keuangan, bisnis informasi, real estate, transportasi dan bisnis online. Sehingga bisnis ini dapat bernaung didalam bentuk perusahaan.

## 2. Aplikasi dan Bisnis Online

Aplikasi merupakan perangkat lunak komputer yang dirancang untuk melakukan sekelompok fungsi, tugas, atau aktivitas yang terkoordinir untuk keuntungan pengguna. Pada saat ini aplikasi tidak hanya dapat dilihat pada komputer tetapi sudah dapat di HP Android. Aplikasi ini dapat diinstal melalui android sehingga kegiatan jual beli melalui online.

Bisnis online adalah bisnis yang dilakukan secara online lewat internet. Dalam bisnis ini barang apa saja dapat diperjualbelikan layaknya pada bisnis pada umumnya. Untuk

bisa menjalankan bisnis ini banyak media yang bisa dimanfaatkan antara lain, Website, Facebook, Twitter, Instagram dan lain-lain yang merupakan aplikasi pada telepon genggam.

### C. Pembahasan

Suatu bisnis agar dapat bertahan dalam persaingan yang sangat ketat maka perusahaan harus peka terhadap perubahan yang penuh persaingan. Perusahaan harus berorientasi kepada pasar dan memikirkan bagaimana mempengaruhi konsumen, khususnya pembeli potensial agar bersedia membeli produk yang dihasilkan dan ditawarkan. Adapun yang harus dilakukan perusahaan adalah menentukan strategi yang dapat tetap menarik perhatian konsumen sehingga meningkatkan penjualannya.

Dengan adanya globalisasi dimana ruang gerak jadi tidak terbatas, dan bisa menjangkau seluruh dunia. Sehingga untuk melakukan pemasaran maupun penjualan bisa secara online dan menggunakan konsep pemasaran global/*global concept* yaitu konsumen yang dihadapi adalah secara global atau mendunia, sehingga diperlukan suatu upaya maupun teknik pemasaran berskala internasional untuk menindaklanjuti ancaman pasar global dan meraih potensi yang sama di pasar global.

Konsep pemasaran global adalah konsumen yang dihadapi secara global atau mendunia, sehingga diperlukan suatu upaya maupun teknik pemasaran berskala internasional untuk menindaklanjuti ancaman pasar global dan meraih potensi yang sama di pasar global. Banyak cara untuk meningkatkan penjualan melalui konsep pemasaran global yaitu dengan bisnis online

Aplikasi merupakan perangkat lunak komputer yang dirancang untuk melakukan sekelompok fungsi, tugas, atau aktivitas yang terkoordinir untuk keuntungan pengguna. Pada saat ini aplikasi tidak hanya dapat dilihat pada komputer tetapi sudah dapat di HP android. Aplikasi ini dapat diinstal melalui android sehingga kegiatan jual beli melalui online.

Walaupun dalam bisnis online bisa menjangkau secara internasional tetapi perlu dipelajari terlebih dahulu kelebihan dan kekurangan pada bisnis ini sehingga perusahaan bisa bersaing. Selain itu yang harus diperhatikan adalah bisnis berorientasi kepada pasar harus memikirkan bagaimana mempengaruhi konsumen, khususnya pembeli potensial agar mau membeli produk yang dihasilkan dan ditawarkan. Disinilah peranan manajemen

pemasaran sebagai ujung tombaknya agar dapat bertahan dan berkembang dengan strategi pemasaran yang modern

Strategi pemasaran modern tidak lagi dipandang sekedar memasarkan produk yang berkualitas, tetapi membuta produk dengan harga murah dan menempatkan produk yang mudah dijangkau konsumen. Kini perusahaan harus memikirkan bagaimana berkomunikasi yang menguntungkan dengan konsumen untuk mengenalkan produk mereka secara intensif yaitu salah satunya dengan bentuk komunikasi produsen dengan konsumen. Agar hal ini bisa dilaksanakan perlu diperhatikan proses manajemen pemasaran dengan tahapan:

a. Analisis Situasi Pemasaran

- 1). Analisis lingkungan eksternal yaitu dengan mencari cara agar mendapatkan peluang pemasaran guna memasarkan produk yang dihasilkan
- 2). Analisis sumber daya internal yaitu memastikan kemampuan yang dimiliki perusahaan yang merupakan kapasitas sumber daya

b. Strategi Pasar

- 1). Segmentasi pasar adalah membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda.
- 2). Pasar sasaran adalah kegiatan yang berbasis dan menilai serta memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki
- 3). Penempatan pasar : penempatan produk sesuai dengan kebutuhan pasar

c. Strategi Bauran Pemasaran

1). Pemasaran barang jadi

Bauran pemasaran yang digunakan pada perusahaan yang menghasilkan barang jadi dengan menggunakan 4 P yaitu : produk, harga, distribusi, dan promosi.

2). Pemasaran jasa

Perusahaan yang menghasilkan jasa sebagai produknya maka menggunakan bauran pemasaran 7 P yaitu produk, harga, distribusi, promosi, sumber daya manusia, prasarana, proses

Sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Kumpulan lembaga-lembaga yang melaksanakan tugas pemasaran, barang dan jasa, idea dan faktor-faktor lingkungan yang saling membeikan pengaruh dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya. Dalam sistem pemasaran terdapat beberapa faktor-faktor yang saling mempengaruhi tergantung satu sama lainnya diantaranya yaitu :

- 1). Organisasi dalam pemasaran
- 2). Sesuatu yang sedang dipasarkan
- 3). Para perantara (pedagang, agen)
- 4) Faktor lingkungan dapat berupa demografi, kondisi perekonomian, faktor sosial dan kebudayaa, kekuatan politik dan hukum, tehnologi dan persaingan.

## 2. Strategi Bisnis

### a. Pengaturan Kerja Karyawan

Selain beradaptasi perusahaan harus membangun kekuatan tim yang solid sehingga segala beban dan kesulitan yang dialami perusahaan menjadi lebih ringan dan lebih mudah diatasi sehingga aktivitas perusahaan dalam operasional oleh sebab itu pengaturan kerja karyawan harus diperhatikan sehingga tidak mengganggu kegiatan operasional di perusahaan yang pada akhirnya kinerja karyawan mengalami penurunan sehingga pendapatan atau laba mengalami penurunan. Dengan turunnya laba akan berdampak pada kelangsungan hidup suatu perusahaan. Untuk menghindari ini perusahaan harus bisa mengatur cara kerja karyawan agar lebih efektif dan lebih efisiensi yaitu dengan cara :

- 1). Mengatur waktu yang tepat melaui jadwal hadir serta durasi kerja yang tepat pula.
- 2). Mengatur tata cara kerja karyawan, baik untuk pekerjaan yang harus dilakukan di lokasi kantor (tempat usaha) maupun pekerjaan yang bisa dikerjakan dari rumah.
- 3). Mengatur SOP yang telah disesuaikan dengan pandemi agar produksi tetap berjalan sesuai harapan
- 4). Mengutamakan prioritas suatu pelaksanaan pekerjaan.

## b. Pengembangan Bisnis

Pandemi covid-19 belum berakhir, dimana hampir semua usaha bisnis terjadi penurunan omset tetapi ada beberapa usaha bisnis yang mampu bertahan bahkan mendapat keuntungan dari hasil penjualan produknya seperti bisnis alat-alat kesehatan, makanan dan minuman, buah-buahan, jamu herbal, serta bisnis berbasis hobby. Dalam situasi seperti ini (pandemi) menjalankan bisnis adalah bukan hanya sekedar untung, tetapi juga menyediakan apa yang dibutuhkan oleh konsumen atau pasar. Bila pilihan perusahaan adalah harus adanya penambahan modal dalam rangka pengembangan bisnisnya untuk dapat bertahan, maka sebaiknya pelaku bisnis mencari pendanaan yang beresiko rendah ( dengan bunga terjangkau) dan terhindar dari jeratan renternir.

Selain itu dapat juga mencari peluang bisnis sebagai pendapatan lain selain pendapatan pokoknya yang merupakan salah satu langkah pengembangan bisnis yaitu menekuni bidang diluar usaha pokok contoh dari bisnis tersebut adalah :

- 1). Bisnis alat-alat kesehatan seperti masker, face shield, handsanitizer dan APD (Alat Pelindung Diri).
- 2). Bisnis makanan dan minuman sehat atau sembako
- 3). Bisnis obat-obatan dan produk suplemen seperti Vitamin dan suplemen lainnya
- 4). Bisnis buah-buahan, sayur mayur, perikanan dan peternakan
- 5) Bisnis jamu herbal yaitu pembuatan jamu untuk kesehatan dari pengolahan jahe, kunyit, kenjur, kayu manis dan lain-lainnya
- 6). Bisnis berbasis hobby seperti tanaman hias, ikan hias dan desain grafis.

## c. Kiat-kiat Bisnis Online

Strategi yang dilakukan untuk meningkatkan omset dalam bisnis online dapat dilakukan dengan berbagai cara bisa juga disesuaikan dengan keadaan sekarang yang menggunakan internet atau kecanggihan teknologi seperti :

- 1) Buat situs online shop
- 2) Tambahkan jaringan dan relasi
- 3) Tambahkan konten marketing yang menarik
- 4) Memaksimalkan penggunaan digital marketing



- 5) Miliki target sebagai landasan awal
- 6) Manfaatkan facebook marketing untuk pasang iklan
- 7) Bergabunglah dengan marketplace
- 8) Coba google dwords
- 9) Meyakinkan pembeli yang tidak kenal untuk mau membeli produk secara online

## E. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan bahwa strategi bisnis online sangat relevan pada masa kini yaitu menuju adaptasi kebiasaan baru setelah pemerintah memutuskan untuk hidup berdampingan dengan covid-19. Agar dapat pengembangan bisnis diperlukan strategi yang tepat, diantaranya strategi bisnis online agar dapat bertahan dari persaingan global, tetapi manajemen pemasaran juga mempunyai peranan dapat mengembangkan suatu bisnis. Adapun yang dapat digunakan untuk memasarkan suatu produk yang dihasil dalam suatu bisnis dengan strategi bisnis online antara lain : membuat situs online shop, menambah jaringan sert relasi, membuat konten marketing yang lebih kreatif, memaksimalkan digital marketing, ikut bergabung dengan marketplace dan memanfaatkan aplikasi yang sudah ada misalnya facebook dan instagram.

## Daftar Pustaka

Basu Swastha, 2014, Manajemen Pemasaran, penerbit BPFE, yogyakarta.

Boyd, Harper W,2000, Manajemen Pemasaran: suatu pendekatan strategis dengan orientasi global, edisi 2, Penerbit Erlangga, Jakarta

Fandy Tjiptono, 2015, Strategi Pemasaran edisi 4, Stretegi Pemasaran, penerbit ANDI, Yogyakarta.

Philip Kotler, Gary Amstrong; Ahli bahasa Damos Sihombing, 2008, Prinsip-prinsip Pemasaran jilid 2, penerbit Erlangga, Jakarta.

Sofyan Assauri, 2013, Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Stategi, Penerbit Rajagrafindo Persada, Jakarta.



LEMBAGA PENELITIAN PENGADIAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA  
( LPPM - UTAMA )



Jl. T.D. Simatungkir No. 152 Sepang Barat Jakarta Selatan 12530. Telp. (021) 760 0960 Ext. 100 Fax. (021) 760 0966  
e-mail: lppm\_utama@ptjtk.com Wabty@ptjtk http://www.ptjtk.ac.id

SURAT TUGAS

NO: 091 /LPPM-UTAMA/XI/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini, Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Tama Jagakarsa Jakarta dengan ini memberikan tugas kepada:

- Nama : 1. Shofia Asry, S.E, M.M (0320067803)  
2. Sri Sugiarti, S.E, M.M (0326106501)  
3. DR.H. MR. Ulung Sembiring, S.E, M.M (0310086602)  
4. Bachtiar Sembiring, S.E, M.M (0308107001)  
5. Malikuddin Sembiring, S.E, M.M ( 0304056902)  
6. Eka Budi Yulianti, S.E, M.Ak (0312078101)

Pekerjaan: Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa Jakarta

Untuk melakukan tugas pengabdian masyarakat secara insidental yaitu penyuluhan dengan topik: "STRATEGI BISNIS ONLINE ". Pada hari Sabtu tanggal 19 November 2022, pukul 09.30 s/d 11.30, di Yayasan Islamic At-Taqwa Muslimin, Jl. Merapi VI Rw 011 Kelurahan Abadijaya, Kecamatan Sukmajaya Kota Depok.

Demikian surat ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 15 November 2022



Tembusan:

1. Rektor Universitas Tama Jagakarsa
2. Wakil Rektor I Universitas Tama Jagakarsa
3. Arsip



# YAYASAN ISLAMIC AT-TAQWA MUSLIMIN

SK Menteri Keagamaan dan HAM RI No. C.372/HT/03.01-Th.2002  
Akte No. 03 Tgl. 24 Januari 2015

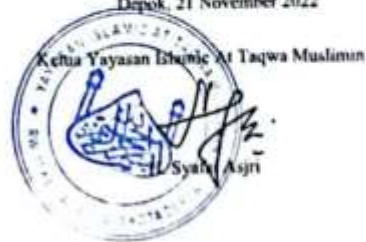
Jl. Merapi VI RW.011 Kel. Abadijaya Kec. Sukmajaya Kota Depok  
Telp : 0857 1703 5144 - 0816 8434 32 - 0815 1359 0712

AT-TAQWA MUSLIMIN

## DAFTAR HADIR PESERTA PENYULUHAN DENGAN TEMA "STRATEGI BISNIS ONLINE" SABTU, 19 NOVEMBER 2022

No	NAMA PESERTA	ALAMAT/RT	AMANAHI	PARAF
1.	H. Syafei Asjri	RT.003/011	Ketua Yayasan	<i>[Signature]</i>
2.	Zainul Anam	RT.003/011	Ketua RW	<i>[Signature]</i>
3.	H. Deddy Nurdianto	RT.001/011	Sekret. Yayasan/Ka RT.001/011	<i>[Signature]</i>
4.	Suhartoyo	RT.001/011	Sekretaris RW	<i>[Signature]</i>
5.	H. Nurwono	RT.005/011	Bendahara Yayasan	<i>[Signature]</i>
6.	H. Syamsudin	RT.005/011	Pembina Yayasan	<i>[Signature]</i>
7.	Sulaeman	RT.003/011	Humas Yayasan	<i>[Signature]</i>
8.	Ustadzah Hj. Marmah	RT.005/011	Ketua Majelis Taklim	<i>[Signature]</i>
9.	Nawiyah	RT.003/011	Ibu RW.011	<i>[Signature]</i>
10.	Hj. Sutji Harim	RT.005/011	Sek. Majelis Taklim	<i>[Signature]</i>
11.	Hj. Ida Zuraida	RT.002/011		<i>[Signature]</i>
12.	Hj. Liesnawati	RT.004/011		<i>[Signature]</i>
13.	Hj. Ani	RT.001/011	Ibu RT.001/011	<i>[Signature]</i>
14.	Hj. Sudarminingsih	RT.004/011		<i>[Signature]</i>
15.	Hj. Hermayani	RT.003/011	Bend. Majelis Taklim	<i>[Signature]</i>
16.	Hj. Yatinah	RT.003/011		<i>[Signature]</i>
17.	Hj. Sally	RT.002/011		<i>[Signature]</i>
18.	Hj. Asmawati	RT.003/011	Ibu RT.003/011	<i>[Signature]</i>
19.	Hj. Een	RT.005/011		<i>[Signature]</i>
20.	Hj. Ponisah	RT.004/011		<i>[Signature]</i>
21.	Hj. Katma	RT.001/011		<i>[Signature]</i>
22.	Saimah	RT.004/011		<i>[Signature]</i>
23.	Sri Onah	RT.002/011		<i>[Signature]</i>
24.	Risa	RT.005/011		<i>[Signature]</i>
25.	Rohana	RT.001/011		<i>[Signature]</i>
26.	Sri Sunarti	RT.003/011		<i>[Signature]</i>
27.	Kristina	RT.003/011		<i>[Signature]</i>
28.	Shanti	RT.003/011		<i>[Signature]</i>
29.	Margiwati	RT.003/011		<i>[Signature]</i>
30.	Asri Fatimah	RT.003/011		<i>[Signature]</i>
31.	Yulianti	RT.005/011		<i>[Signature]</i>
32.	Hapsarini	RT.005/011		<i>[Signature]</i>
33.	Nila	RT.003/011		<i>[Signature]</i>

Depok, 21 November 2022





AT-TAQWA MUSLIMIN

## YAYASAN ISLAMIC AT-TAQWA MUSLIMIN

SK. Menteri Kehakuman dan HAM RI No. C.372/HT/03/01-Th.2002

Akte No. 03 Tgl. 24 Januari 2015

Jl. Merapi VI RW 011 Kel. Abadijaya Kec. Sukmajaya Kota Depok

Telp. : 0857 1703 5144 - 0816 8434 32 - 0815 1359 0712

### SURAT KETERANGAN

No. 255/YIAM/XI/2022

Saya yang bertanda tangan dibawah ini selaku Ketua Yayasan Islamic At Taqwa Muslimin yang beralamat di RW 11 Kelurahan Abadijaya Kecamatan Sukmajaya Kota Depok, dengan ini menerangkan bahwa:

- Nama :
1. Shofia Asry, S.E.,M.M
  2. Sri Sugiarti, S.E.,M.M
  3. Eka Budi Yulianti, S.E., M.Ak
  4. Dr. H. MR. Ulung Sembiring, S.E.,M.M
  5. Bachtiar Sembiring, S.E.,M.M
  6. Malikuddin Sembiring, S.E.,M.M

Pekerjaan : Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa

Adalah benar sebagai Dosen Tetap pada Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa dan telah melakukan pengabdian masyarakat secara incidental yaitu melakukan penyuluhan dengan topik "Strategi Bisnis Online", pada hari sabtu tanggal 19 November 2022 pukul 09.30 s/d 11.30 WIB.

Demikian surat keterangan ini saya buat dengan sebesar-benarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 21 November 2022

Ketua Yayasan Islamic At Taqwa Muslimin





LEMBAGA PENELITIAN PENGABDIAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA  
( LPPM - UTAMA )



Jl. T.B. Selandiagung No. 152 Tanjung Barat, Jakarta Selatan 12520. Telp. (021) 709 0165 Ext. 500 Fax. (021) 709 0802  
e-mail: lppm\_utama@pub.utama.ac.id Website: http://www.jagakarsa.ac.id

SURAT KETERANGAN

NO: 092 /LPPM-UTAMA/XI/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini, Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Tama Jagakarsa Jakarta dengan ini memberikan tugas kepada:

- Nama : 1. Shofia Asry, S.E, M.M (0320067803)  
2. Sri Sugiarti, S.E, M.M (0326106501)  
3. DR.H. MR. Ulung Sembiring, S.E, M.M (0310086602)  
4. Bachtiar Sembiring, S.E, M.M (0308107001)  
5. Malikuddin Sembiring, S.E, M.M ( 0304056902)  
6. Eka Budi Yulianti, S.E, M.Ak (0312078101)

Pekerjaan: Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa Jakarta

Telah melakukan pengabdian masyarakat secara insidental yaitu penyuluhan dengan topik: **"STRATEGI BISNIS ONLINE"**. Pada hari Sabtu tanggal 19 November 2022, pukul 09.30 s/d 11.30, di Yayasan Islamic At-Taqwa Muslimin, Jl. Merapi VI Rw 011 Kelurahan Abadijaya, Kecamatan Sukmajaya Kota Depok.

Demikian surat ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 21 November 2022

  
Ketua  
LPPM  
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat  
Universitas Tama Jagakarsa  
Dr. Irma Sjafei, M.Pd

Tembusan:

1. Rektor Universitas Tama Jagakarsa
2. Wakil Rektor I Universitas Tama Jagakarsa
3. Arsip