

LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK MENUNJANG PENJUALAN MOBIL NISSAN PADA PT. WAHANA INVESTASINDO SALATIGA

OLEH :

KETUA TIM
JAYA RAMADAEY BANGSA, S.E, M.M.

ANGGOTA TIM

FITRI DWI JAYANTI, S.E., M.Acc.AK
ARI SISWATI, S.Kom., M.M.

UNIVERSITAS NGUDI WALUYO

2022

Halaman pengesahan laporan akhir program pengabdian kepada masyarakat

1. Judul : Optimasi Media Sosial untuk Menunjang Penjualan Mobil Nissan di PT. Wahana Investasindo Salatiga
2. Nama Mitra Program : **PT. Wahana Investasindo Salatiga**
3. Ketua Tim Pengusul
 - a. Nama : JAYA RAMADAEY BANGSA, S.E, M.M.
: **0623039201**
 - b. NIDN
 - Jabatan/Golongan : S1 Bisnis Digital
 - Program Studi : Fakultas Ekonomi, Hukum, dan Humaniora
 - Fakultas : Digital Marketing
 - Bidang Keahlian : Universitas Ngudi Waluyo
4. Anggota Tim Pengusul
 - a. Jumlah Anggota : 2 orang
 - b. Nama Anggota I/Bidang Keahlian : Fitri Dwi Jayanti, S.E., M.Acc.AK
 - c. Nama Anggota II/Bidang Keahlian : Ari Siswati, S.Kom., M.M.
 - e. Mahasiswa yang terlibat : 2 orang
5. Lokasi Kegiatan/Mitra
 - a. Wilayah Mitra : Argomulyo
(Desa/Kecamatan)
 - b. Kabupaten/Kota : Salatiga
 - c. Provinsi : Jawa Tengah
 - d. Jarak PT ke Lokasi Mitra : 30 km
6. Luaran yang Dihasilkan : artikel populer
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 3 bulan
8. Biaya Total : Rp 1.000.000
 - a. Institusi :-
 - b. Sumber lain (mandiri) : Rp 1.000.000

Mengetahui,
Dekan

Budriah, S.Pd., M.Pd.
NIDN : 0607038201

Ungaran, 17 Mei 2022
Ketua Tim Pelaksana


Jaya Ramadaey Bangsa, S.E, M.M.
NIDN : 0623039201

Mengetahui,
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat


Dr. Sugeng Maryanto, M.Kes
NIDN : 0025116210

Ringkasan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di sebuah perusahaan penjualan mobil baru yang terkendala dengan penurunan penjualan. Penurunan penjualan produk ini diakibatkan oleh adanya hantaman pandemi Covid-19. Covid-19 menghantam seluruh aspek kehidupan yang ada di Indonesia. Tingkat pendapatan masyarakat secara umum menurun dengan adanya pandemi ini.

Sebelum adanya pandemi, wiraniaga PT. Wahana Investasindo Salatiga kerap melakukan pameran pada beberapa spot perbelanjaan, bank, dan mall. Saat ini, kegiatan pameran tersebut dihentikan sehingga sistem promosi yang biasa dilakukan berhenti. Selain melakukan pameran, wiraniaga juga berkeliling untuk membagikan prosur pada perumahan, kampung serta pertokoan.

Adanya media sosial diharapkan menjadi salah satu tombak yang bisa meningkatkan penjualan pada PT. Wahana Investasindo Salatiga. Dosen Universitas Ngudi Waluyo memberikan pelatihan optimasi pemasaran melalui media sosial pada PT. Wahana Investasindo Salatiga untuk bisa Kembali melakukan penjualan secara normal.

Kata Kunci: media sosial, pemasaran media sosial,

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkah dan karunia-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan Laporan Akhir Pengabdian Kepada Masyarakat. Berkat bantuan dari berbagai pihak, maka akhirnya kami dapat menyelesaikan laporan akhir pengabdian ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Subyantoro, M.Hum, Rektor Universitas Ngudi Waluyo Ungaran.
2. Bapak Dr. Sugeng Maryanto, M.Kes selaku Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Ngudi Waluyo Ungaran.
3. Rekan-rekan dosen dan para mitra serta segenap pihak yang terlibat, membantu pelaksanaan kegiatan dalam pengabdian masyarakat ini.

Sungguh pengabdian kepada masyarakat ini bukan tanpa kekurangan, tentunya kami sangat menerima kritik dan saran sebagai masukan agar kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat menjadi lebih baik kedepannya.

Ungaran, 17 Mei 2022

JAYA RAMADAEY BANGSA, S.E, M.M.

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul pengabdian :
Optimasi Media Sosial untuk Menunjang Penjualan Mobil Nissan di PT. Wahana
Investasindo Salatiga

Tim Peneliti :

No	Nama	Jabatan Jabatan	Bidang Keahlian	Instansi Asal	Alokasi Waktu (Jam/Minggu)
1	Jaya Ramadaey Bangsa, S.E, M.M.	Ketua	Digital Marketing	Universitas Ngudi Waluyo	8 Jam/Minggu
2	Fitri Dwi Jayanti, S.E., M.Acc., AK	Anggota 1	Akuntansi	Universitas Ngudi Waluyo	8 Jam/Minggu
3	Ari Siswati, S.Kom, M.M.	Anggota 2	Akuntansi Bisnis	Universitas Ngudi Waluyo	8 Jam/Minggu

2. Objek pengabdian masyarakat : Wiraniaga PT. Wahana Investasindo Salatiga

3. Masa pelaksanaan : Mei 2022

4. Lokasi pengabdian masyarakat : PT. Wahana Investasindo Salatiga

5. Mitra yang terlibat

Nama : PT. Wahana Investasindo Salatiga

Kontribusi mitra : Memberikan tempat pengabdian

6. Permasalahan yang ditemukan dan solusi yang ditawarkan

Wiraniaga dapat memaksimalkan penggunaan media sosial untuk promosi produk
PT. Wahana Investasindo Salatiga

7. Kontribusi yang mendasar pada khalayak sasaran :

Memberikan pengetahuan dan praktek secara langsung dalam melakukan promosi
media sosial produk PT. Wahana Investasindo Salatiga

8. Rencana luaran berupa :

- a. Bertambah pengetahuannya dan pemahaman tentang pemanfaatan media sosial facebook untuk pemasaran produk
- b. Pembuatan laporan kegiatan pengabdian masyarakat

DAFTAR ISI

Halaman Judul	1
Halaman Pengesahan	2
Ringkasan	2
Prakata	4
Identitas dan Uraian Umum.....	5
Daftar Isi	7

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Capaian Luaran Kegiatan	12
Tabel 2	Pelaksanaan Jadwal Kegiatan.....	14
Tabel 3	Struktur Organisasi.....	15

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Denah Lokasi Kegiatan PKM	14
Gambar 2	Dokumentasi Pengabdian.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Tugas Pengabdian.....	27	
Surat Keterangan.....		
Surat Bukti Kegiatan Pengabdian		
BAB I	Pendahuluan	8
BAB II	Solusi dan Luaran.....	10
BAB III	Metode Pelaksanaan	13
BAB IV	Kelayakan Tim Pengusul	16
BAB V	Hasil Kegiatan dan Pembahasan	22
BAB VI	Rencana Tahapan Berikutnya.....	25
BAB VII	Penutup.....	26
Daftar Pustaka.....	27	
Lampiran	29	

BAB I

PENDAHULUAN

1. Analisis Situasi

Adanya pandemi covid-19 ini mengakibatkan penurunan tajam terhadap penjualan produk mobil PT. Wahana Investasindo Salatiga. Penjualan yang semula menyentuh angka belasan setiap bulan turun menjadi dibawah 5 unit per bulan. Hal tersebut diakibatkan oleh terbatasnya akses pameran yang biasa dilakukan oleh wiraniaga di tempat perbelanjaan, mall, ataupun kantor-kantor yang ada di wilayah Salatiga dan Kabupaten Semarang.

Pembatasan pameran ini dikarenakan adanya pembatasan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap ruang gerak masyarakat guna menurunkan angka penyebaran Covid-19 ini. Dengan penurunan kegiatan di lapangan oleh wiraniaga, mengakibatkan adanya penurunan interaksi dengan masyarakat yang membutuhkan kendaraan baru.

Era digital seperti ini harusnya dapat dimanfaatkan oleh wiraniaga untuk bisa mempromosikan produk dimedia internet. Media internet khususnya media sosial menjadi pelampiana oleh Sebagian besar masyarakat, sehingga media sosial ini bisa menjadi sebuah peluang yang menarik untuk kita bisa melakukan promosi produk.

2. Permasalahan Mitra

Keterbatasan ruang gerak promosi secara langsung ke masyarakat, sehingga perlu adanya inovasi dalam hal promosi di bidang digital, khususnya pada Media Sosial.

BAB II

SOLUSI DAN LURAN

1. Solusi

Berdasarkan informasi yang diperoleh terkait permasalahan mitra yaitu adanya keterbatasan kegiatan langsung dengan masyarakat sehingga perlunya terobosan baru untuk wiraniaga bisa melakukan kegiatan promosi melalui digital marketing.

Proses pelatihan dan bimbingan dengan aplikasi facebook dilakukan melalui tatap muka di kantor PT. Wahana Investasindo Salatiga berdasarkan jadwal yang sudah diberikan dan disepakati bersama dengan menerapkan standar protokol kesehatan yang telah ditetapkan dalam upaya mencegah dan penularan virus Covid-19.

Kegiatan pemasaran pada prinsipnya tidak terlepas dari bisnis digital untuk di era yang sangat moderen saat ini Digital business atau disebut juga bisnis digital adalah bisnis tercanggih saat ini yang diperkirakan terus berkembang setiap tahun dan semakin lama akan meningkat tajam. Bisnis digital yang saya maksudkan di sini adalah bisnis online. Bisnis digital atau bisnis online adalah bisnis riil yang menggunakan media internet. Pemasaran Digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan. Tipe pemasaran digital mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet. Dengan adanya ketergantungan pemasaran tanpa internet membuat bidang pemasaran digital menggabungkan elemen utama lainnya seperti ponsel, SMS (pesan teks dikirim melalui ponsel), menampilkan iklan spanduk, dan digital luar. Pemasaran digital turut menggabungkan faktor psikologis, humanis, antropologi, dan teknologi yang akan menjadi media baru dengan kapasitas besar, interaktif, dan multimedia. Hasil dari era baru berupa interaksi antara produsen, perantara pasar, dan konsumen. Pemasaran melalui digital sedang diperluas untuk mendukung pelayanan perusahaan dan keterlibatan dari konsumen. Adapun kelebihan yang di dapat dari bisnis online : sistemnya berjalan secara otomatis ketika sudah terbangun, potensi pasar lebih luas, pengembangan bisnis lebih cepat daripada offline, pemasaran bebas karena anda bekerja sesuai minat dan kemampuan, tidak terkait waktu, tidak terkait tempat.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa

dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses facebook atau twitter misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan social media dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Kita sebagai pengguna social media dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya. ciri-ciri Media sosial : Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet, pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper, pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya, penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

2. Luaran

Target dan luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pelatihan pemasaran menggunakan media sosial di PT. Wahana Investasindo Salatiga serta cara mengunggah produk ke media sosial Facebook. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki 3 luaran besar yaitu :

- a. Bertambah pengetahuan dan pemahaman wiraniaga PT. Wahana Investasindo Salatiga dalam mengunggah foto produk ke media sosial, serta cara merespon konsumen untuk memasarkan produk tersebut
- b. Pembuatan laporan kegiatan pengabdian Pengabdian Masyarakat

Tabel.1 Rencana Target Capaian Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1.	Peningkatan pemahaman dan ketrampilan masyarakat	<i>Draft</i>
2.	Publikasi pada media masa (cetak/elektronik)	<i>Draft</i>

3. Target Khalayak

Rencana jumlah peserta dari kegiatan ini adalah 10 orang wiraniaga PT. Wahana Investasindo Salatiga, namun terkendala pandemi sehingga harus mengikuti protokol kesehatan. Adapun draft peserta kegiatan secara rinci terlampir.

BAB III

METODE DAN PELAKSANAAN

1. Metode Pendekatan

Memberikan pelatihan dan peningkatan kemampuan wiraniaga dalam mengaplikasikan pemasaran dengan media sosial facebook dan cara mengunggah produk di pasaran online dengan metode simulasi, diskusi, dan ceramah.

2. Prosedur pelaksanaan

Sebelum dimulai kegiatan simulasi diawali dengan ceramah materi tentang media sosial yang menjadi media pemasaran. Pengenalan digunakan untuk membantu peserta memahami media sosial yang cocok yakni facebook dan cara mefoto produk. Kegiatan pelatihan ini bertempat di PT. Wahana Investasindo Salatiga. Masing-masing peserta yang sudah memiliki aplikasi facebook di handphone untuk membuka aplikasi tersebut, bagi yang belum memiliki tim pengabdian membantu untuk membantu cara mengunduh aplkasi tersebut serta registasi data diri peserta. Kegiatan dilaksanakan dalam 1 (satu) hari dengan durasi pelatihan adalah ± 3 (tiga) jam, terdiri dari :

- 40 menit pemaparan materi
- 120 menit untuk pelatihan
- 20 menit untuk evaluasi keseluruhan materi

Luaran yang dihasilkan adalah kemampuan peserta dalam mengunggah foto produk serta cara merespon konsumen di aplikasi facebook di desa gogik guna meningkatkan perekonomian desa.

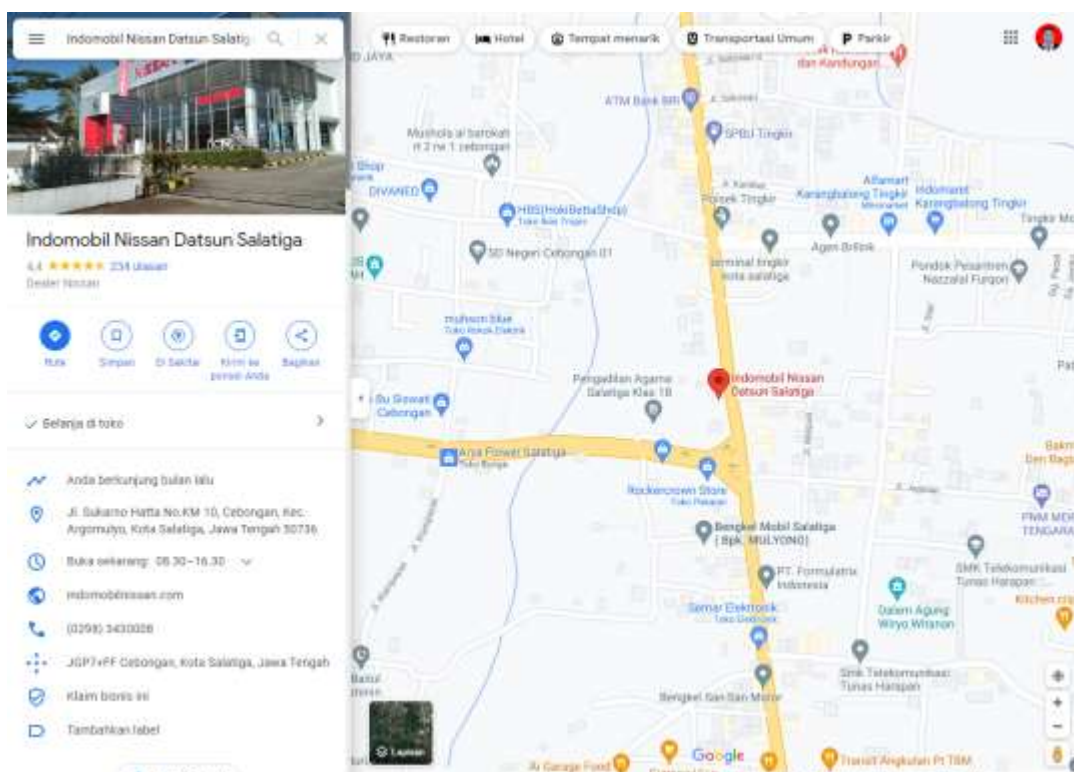
Kemampuan pemahaman peserta diperoleh berdasarkan hasil evaluasi terhadap peserta. Evaluasi dilakukan dua cara, yaitu melalui kuesioner dan melalui praktek di tempat. Dari kuesioner kemudian diadakan sesi tanya jawab bagi yang masih kurang memahami terkait materi pelatihan yang diberikan

Tabel 2. Pelaksanaan Jadwal Kegiatan

No	Jenis Kegiatan	Bulan		
		Mei	Juni	Juli
1.	Persiapan proposal			
2.	Pengumpulan data, survey & rencana kegiatan			
3.	Kegiatan pelaksanaan pengabdian & dokumentasi			
4.	Penyusunan laporan dan publikasi			

3. Lokasi Kegiatan dan Sarana dan Prasana Kegiatan

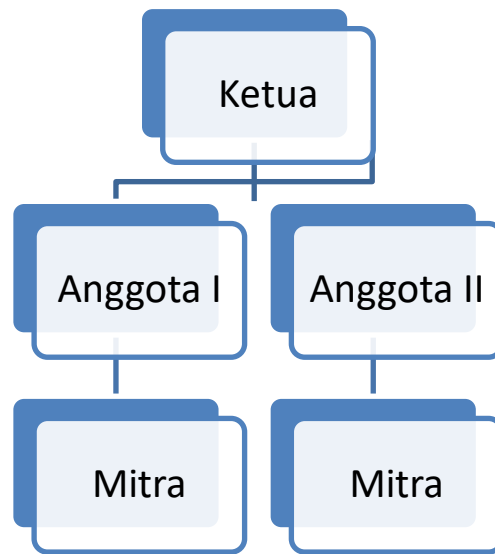
Lokasi Kegiatan tentang pengelolaan keuangan sederhana pada skala industri rumah tangga (produk konektor masker) dilaksanakan di Kantor Kepala Desa Gogik, Ungaran, Kabupaten Semarang dan prasarana pendukung yang dimiliki adalah balai pertemuan desa, SDM, LCD, proyektor, microphone.



Gambar 1. Denah Lokasi Kegiatan Pengabdian

4. Organisasi Pelaksanaan

Organisasi pelaksanaan penyuluhan disajikan dalam bagan sebagai berikut :



Tabel 3. Struktur Organisasi Kegiatan

BAB IV
KELAYAKAN TIM PENGUSUL

1. Biodata Ketua Pengusul

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Jaya Ramadaey Bangsa, S.E., M.M.
2	Jenis Kelamin	Laki Laki
3	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	3322012303920001
5	NIDN	0623039201
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Salatiga, 23 Maret 1992
7	Nomor Telepon/HP	0821 3328 9579
8	Alamat Kantor	Jl. Gedongsongo, Candirejo Ungaran
9	Nomor Telepon/Faks	024-6925406
Mata Kuliah yang Diampu		1. Matematika Ekonomi
		2. Kewirausahaan
		3. Dasar-Dasar E-Commerce
		4. Dasar Pemasaran Bisnis Digital

B. Riwayat Pendidikan

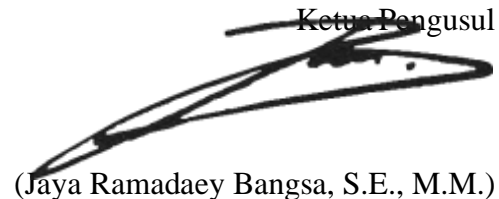
	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW)	Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW)
Bidang Ilmu	Manajemen	Magister Manajemen
Tahun Lulus	2014	2018

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Penugasan di Universitas Ngudi Waluyo.

Ungaran, 17 Mei 2022

Ketua Pengusul



(Jaya Ramadaey Bangsa, S.E., M.M.)

2. Biodata Anggota Pengusul



A. Identitas Diri		
1	Nama Lengkap	Fitri Dwi Jayanti, S.E., M.Acc., Ak.
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Lektor / IIIc
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	3324126504900001
5	NIDN	0625049001
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Kendal, 25 April 1990
7	E-mail	fitridj82@gmail.com , fitridwijayanti@unw.ac.id
8	Nomor Telepon/HP	081914528539
9	Alamat Kantor	Jl. Gedongsongo RT 01 RW 02 Kelurahan Candirejo, Kecamatan Ungaran Barat
10	Nomor Telepon/Faks	(024) 6925407/(024) 6925407
11	Lulusan yang Telah Dihilangkan	-
12	Mata Kuliah yang Diampu	1. Akuntansi Manajemen 2. Pengantar Ekonomi 3. Pengauditan 4. Akuntansi Biaya

B. Riwayat Pendidikan

	S1	S2
Nama Perguruan Tinggi	UNISBANK	UGM
Bidang Ilmu	Akuntansi	Akuntansi
Tahun Masuk-Lulus	2007-2011	2012-2014
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Perusahaan	Pengaruh Rasio Keuangan, Kepemilikan Institutional, Kepemilikan Manajerial, Komisaris Independen, Kualitas Audit, Opini Tahun Sebelumnya Terhadap Opini Going Concern
Nama Pembimbing/Promotor	MG. Kentris Indarti, M.Si., Ak., CA	Goedono, Prof. Dr., M.B.A., C.M.A

C. Pengalaman Penelitian

No	Tahun	Judul Penelitian	Sumber
1.	2021	Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham	FEHH UNW
2.	2020	Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum, Dana Alokasi Khusus Terhadap Belanja Modal di Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah Periode 2016-2018	LPPM UNW

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Sumber
1.	2021	Optimalisasi Pencatatan Keuangan pada Kelompok Pedagang Kelontong	FEHH UNW
2.	2021	Perhitungan Pengelolaan Keuangan Sederhana Pembuatan Produk Fashion di BLKK Sirojul Mubtadiin Kelurahan Meteseh Kecamatan Tembalang	LPPM UNW
3.	2020	Optimalisasi Pemasaran Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Perekonomian Warga Desa Gogik	FEHH UNW
4.	2019	PKM <i>Financial Planning for A Better Life</i> Desa Sukolilan, Kecamatan Patebon, Kendal	LPPM UNISS

E. Pengalaman Publikasi Ilmiah

No	Nama Jurnal	Judul Penelitian	Identitas Karya Ilmiah	Tahun Akademik
1	Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi	Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum, dan Dana Alokasi Khusus Terhadap Belanja Modal di Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah Periode 2016-2018	ISSN 2303-1174 Vol.8, No.3, Juli 2020 Hal. 335-341 https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/30045	Semester Genap 2019/2020
2	Jurnal Syntax Imperatif	Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham	2721-2246 Vol.1, No.3, 25 Juli 2020 Hal : 89-96 http://jurnal.syntaximperatif.co.id/index.php/syntax-imperatif/article/view/34	Semester Genap 2019/2020
3	STABILITY : Journal of Management and Business	Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah di Indonesia	ISSN : 2621-850X, E-ISSN : 2621-9565 Vol 3 No.1, 29 Juli 2020, Hal : 49-61 http://journal.upgris.ac.id/index.php/stability/article/view/6430	Semester Genap 2019/2020
4	JEMA (Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi)	Pengaruh Ukuran KAP, Audit Report Lag, Ukuran Perusahaan, dan Pergantian Manajemen Terhadap Auditor Switching	e-ISSN 2721-9526, Vol.1, No.2., 01 Agustus 2020, Hal : 1-9 http://jema.unw.ac.id/index.php/jema/article/view/9	Semester Genap 2019/2020

5	Jurnal Proaksi	Pendeteksian Kecurangan Laporan Keuangan dengan Analisis Fraud Pentagon	e-ISSN 2685-9750 Vol.8., No.1, Januari 2021 Hal : 38-49 https://e-journal.umc.ac.id/index.php/JPK/article/view/1491 https://doi.org/10.32534/jpk.v8i1.1491	Semester Gasal 2020/2021
6	JIBAKU UNW	Pengaruh CSR terhadap profitabilitas perusahaan	Vol.1 No.2, Juli 2021, Hal 85-98 http://jurnal.unw.ac.id:1254/index.php/jibaku/article/view/1045	Semester Genap 2020/2021

F. Pengalaman Menulis Buku

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1	Pengantar Akuntansi Dasar Siklus Akuntansi Perusahaan Jasa	2019	109	DEEPUBLISH

G. Pengalaman Memperoleh HAKI

No	Judul / Tema HAKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1	Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum, dan Dana Alokasi Khusus Terhadap Belanja Modal di Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah Periode 2016-2018	2021	Karya Tulis (Artikel)	000261466

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini Saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Iptek bagi Masyarakat (IbM).

Ungaran, 17 Mei 2022
Anggota 1



Fitri Dwi Jayanti, S.E., M.Acc., Ak.

3. Biodata Anggota Pengusul

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Ari Siswati, S.Kom., M.M.
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	-
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	-
5	NIDN	0613018802
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Cilacap, 13 Januari 1988
7	E-mail	ariunw99@gmail.com
8	Nomor Telepon/HP	08142729099
9	Alamat Kantor	Jl. Gedongsongo, Candirejo
10	Nomor Telepon/Faks	024-6925406
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	-
12	Mata Kuliah yang Diampu	1. Pengantar Akuntansi
		2. Teknologi Informasi dan Komunikasi
		3. Manajemen Logistik dan Supplychain

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	STEKOM Semarang	Universitas Semarang
Bidang Ilmu	Komputer Akuntansi	Manajemen Keuangan
Tahun Lulus	2011	2017

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Penugasan di Universitas Ngudi Waluyo.

Ungaran, 17 Mei 2022

Anggota Pengusul


(Ari Siswati, S.Kom., M.M.)

BAB V
HASIL KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

4. Persiapan Pelaksanaan Kegiatan

Analisis hasil ini diperoleh berdasarkan evaluasi-evaluasi dari tiap sesi yang diberikan, berikut analisa hasil dari evaluasi di tiap sesi :

Tabel 4. Hasil Kuesioner 1

Kategori	Penilaian			
	Kurang	Cukup	Baik	Baik Sekali
1. Materi				
Kualitas materi tentang media sosial yang diberikan	0	0	8	2
Manfaat materi yang diberikan bermanfaat/menunjang kewirausahaan	0	0	5	5
Penerapan materi untuk bisnis pemasaran	0	0	2	8
Efektifitas waktu	0	0	10	0
Sejauh mana materi memadai	0	0	0	10
2. Mentor/Pembicara				
Kesiapan pembicara	0	0	7	3
penguasaan metode penyampaian materi	0	0	7	3
Cara penyampaian materi	0	0	3	7
Kemampuan dalam melibatkan peserta	0	0	0	10
Kemampuan memberikan ilustrasi	0	0	0	10
3. Lain - lain				
Sarana dan prasarana	0	0	9	1
Penilaian penyelenggaraan	0	0	9	1

program				
---------	--	--	--	--

Tabel 5. Hasil Kuesioner Materi Keseluruhan

kategori	Penilaian (%)			
	kurang	cukup	baik	Baik sekali
1. materi	0	0	25	25
2. mentor/pembicara	0	0	17	33
3. lain-lain/ sarpras	0	0	18	32

5. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi keberhasilan kegiatan pelatihan ini dilakukan setelah rangkaian kegiatan selesai dilaksanakan. Indikator keberhasilan kegiatan ini dapat dilihat dari respon positif peserta berdasarkan sikap peserta saat pelatihan Optimalisasi pemasaran media sosial facebook. Hasil dari pengisian kuesioner oleh para peserta juga menunjukkan hasil yang baik.

6. Luaran Yang Dicapai

Luaran yang dicapai dari kegiatan pengabdian masyarakat meliputi beberapa jenis, yaitu

- Bagi peserta, luaran yang dicapai yaitu peningkatan pengetahuan dan pemahaman terkait pemasaran media sosial facebook yang dapat dilihat dari evaluasi kegiatan.
- Bagi tim pengabdian, luaran yang dicapai adalah draft modul yang dapat digunakan untuk pelatihan selanjutnya atau menjadi rujukan modul pelatihan pemasaran media sosial facebook.

BAB VI

RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Tahapan berikutnya diharapkan dapat terjalin kerjasama dalam pelatihan maupun sosialisasi terkait pemahaman terkait pemasaran media sosial facebook PT. Wahana Investasindo Salatiga.

Kegiatan ini tentunya membutuhkan koordinasi dan persiapan yang lebih matang dari pada kegiatan yang sebelumnya.

Dimana dengan adanya kegiatan ini dari semua pihak untuk dapat dilaksanakan di organisasi lain sehingga menambah daftar mitra dan memperkenalkan Universitas Ngudi Waluyo secara lebih luas.

BAB VII

PENUTUP

1. Kesimpulan

Wiraniaga PT. Wahana Investasindo Salatiga memahami dengan baik tentang bagaimana memasarkan produk secara digital menggunakan media sosial facebook. Wiraniaga dapat menggunakan kata kunci yang tepat, foto yang tepat, dan deskripsi yang tepat.

2. Saran

Perlu adanya tambahan praktek untuk lebih memahami dan memperlancar pemasaran menggunakan media sosial facebook dan dapat memahami pula pemasaran menggunakan Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

Bangsa, Jaya Ramadaey. Modul Kuliah Dasar-dasar E-Commere. Ungaran. 2021

Setiawan, Iwan. 2016. New Content Marketing: Gaya Baru Pemasaran Era Digital. Jakarta: Gramedia Pustaka.

Gurnelius, S. (2011). 30 Minute Social Media Marketing. United States: McGraw Hill

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. 2019. Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice (7th ed.). Pearson.

Kingsnorth, Simmon. 2016. Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. London: Kogan Page Limited.



UNIVERSITAS NGUDI WALUYO

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. Diponegoro No. 186 Ungaran, Kab. Semarang – Jawa Tengah 50512

Telp. (024) 6925408, Fax. (024) 6925408

Website : <http://www.unw.ac.id> | Email : lppmunw@gmail.com

SURAT TUGAS

No : 0031/ ST-PKM /LPPM./UNW/V/2022

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Ngudi Waluyo dengan ini menugaskan kepada yang tersebut sebagai berikut:

Tim Dosen Pelaksana

Nama Dosen	Jabatan	NIDN	Program Studi
1. Jaya Ramadaey Bangsa, S.E., M.M	Ketua	0623039201	S1 Bisnis Digital
2. Fitri Dwi Jayanti, S.E., M.Acc., AK	Anggota I	0625049001	S1 Bisnis Digital
3. Ari Siswati, S.Kom., M.M	Anggota II	0613018802	D4 Akuntansi Perpajakan

Tim Penunjang

Nama	NIM	Program Studi
1. Luk Lu'ul Khumaeroh	201211009	S1 Bisnis Digital
2. Muhammad Daffa Naufal	181211002	D4 Akuntansi Perpajakan

Untuk melaksanakan program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan judul, “**Optimalisasi Sosial untuk Menunjang Penjualan Mobil Nissan pada PT. Wahana Investasindo Salatiga**”, dalam jangka waktu mulai tanggal 21 Mei 2022.

Demikian surat tugas ini dibuat agar dilaksanakan dengan sungguh-sungguh dan penuh tanggung jawab.

Ungaran, 21 Mei 2022
Ketua

Dr. Sugeng Maryanto, M.Kes.
NIDN 0025116210



PPT PENGABDIAN



Buka Aplikasi FACEBOOK

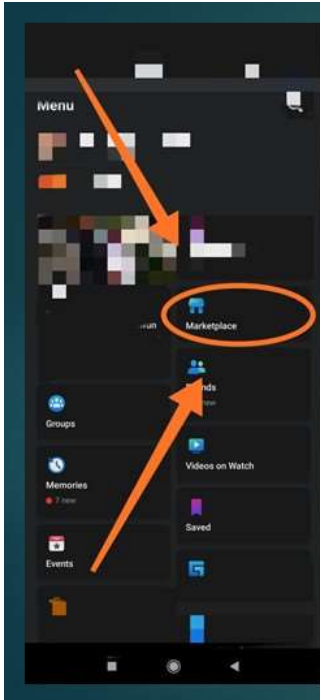


KLIK LOGO MARKETPLACE

Setelah Klik Aplikasi dan Masuk ke Aplikasi FACEBOOK

Klik Gambar Toko (Marketplace) yang ada pada bagian atas Aplikasi

Di bawah Logo FACEBOOK



KLIK LOGO MARKETPLACE

Kalau tidak ada, klik Profil FACEBOOK masing-masing

Kemudian temukan Gambar Toko (Marketplace) pada bagian menu

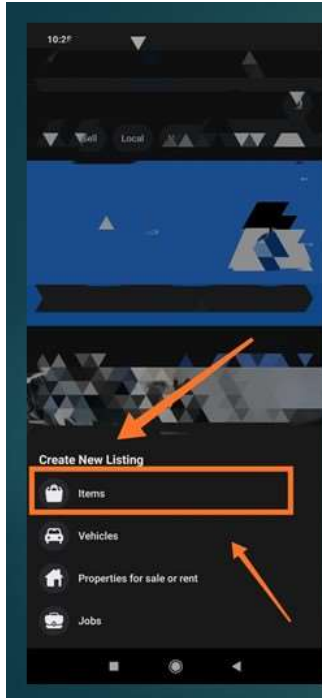


MENJUAL DI FACEBOOK

Setelah masuk ke Menu Toko (Marketplace)

Klik Sell (Jual)

Ada beberapa menu yang tersedia, namun untuk menjual produk, cukup klik bagian menu Sell (Jual)

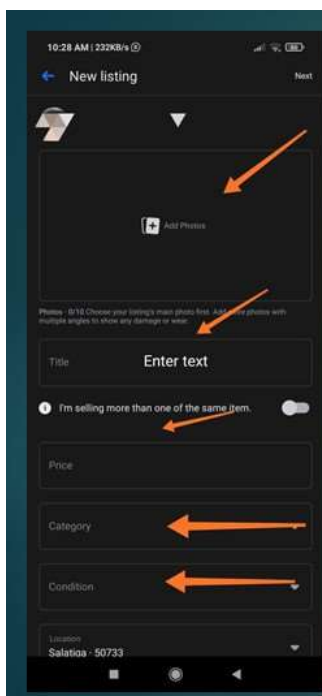


MENJUAL DI FACEBOOK

Setelah klik menu Sell (Jual) lihat bagian bawah ada beberapa Menu, apabila ingin menjual produk biasa klik pada menu Items (Item)

Bisa juga menjual Kendaraan, Properti (Rumah/Tanah) di Menu Berbeda

Bisa juga mengiklankan Lowongan Pekerjaan

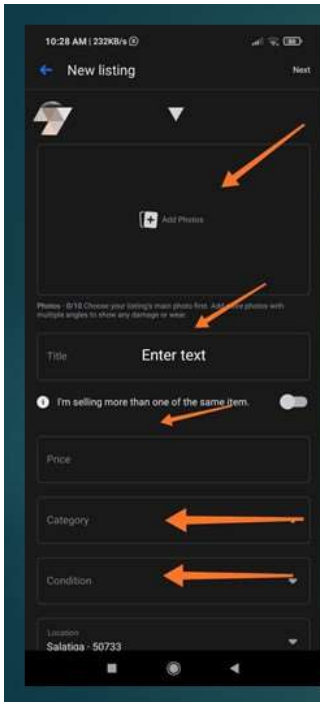


MENJUAL DI FACEBOOK

Setelah masuk menu jual item (Jual Produk)

Akan keluar beberapa kolom yang nantinya diisi dengan spesifikasi, gambar produk

Pada bagian paling atas terdapat tempat untuk mengunggah (mengupload) gambar produk, masukan beberapa gambar produk

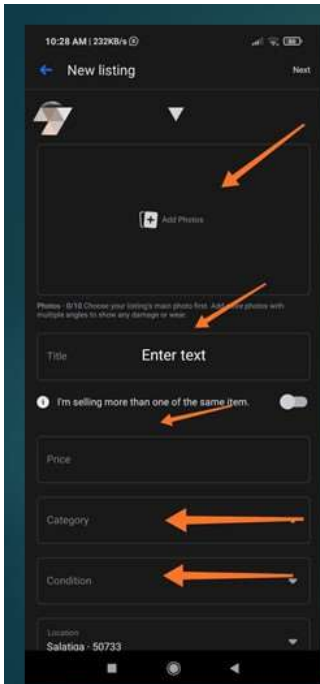


MENJUAL DI FACEBOOK

Menu selanjutnya adalah TITLE (JUDUL)

Isikan judul produk yang akan dijual semenarik mungkin, agar pembeli tertarik untuk membeli produk

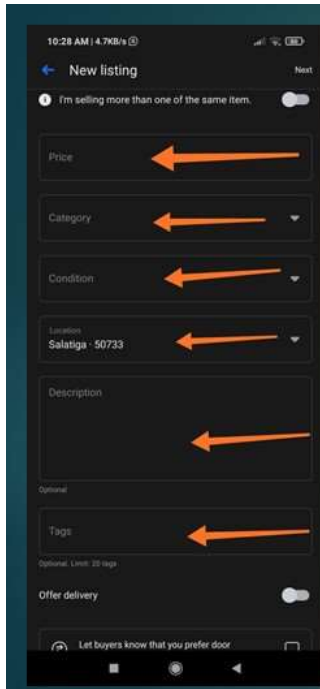
Kemudian isikan harga jual produk yang dijual



MENJUAL DI FACEBOOK

Kemudian isikan kategori produk yang dijual (biasanya otomatis muncul setelah isi JUDUL PRODUK)

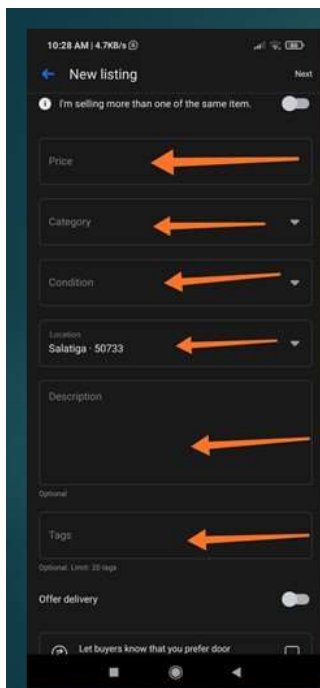
Kemudian isikan Kondisi Produk (Baru atau Bekas)



MENJUAL DI FACEBOOK

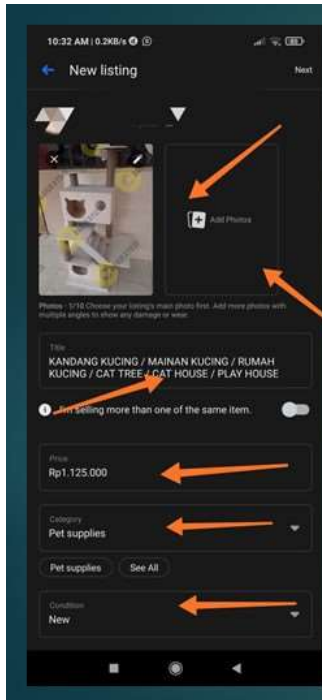
Kemudian isikan lokasi anda, agar mempermudah pembeli mencari produk terdekat dari mereka, apabila lokasi di ungaran, isikan ungaran dan kode posnya

(Biasanya otomatis akan terisi apabila mengaktifkan lokasi pada Facebook)



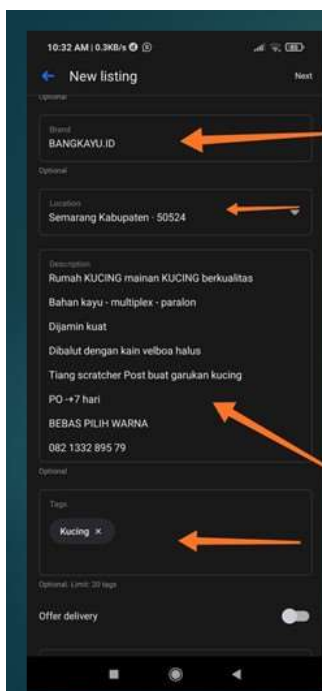
MENJUAL DI FACEBOOK

Tags (Tanda) tanda produk yang dimaksud adalah kata kunci yang akan membuat produk ditampilkan apabila seseorang mengetik atau mencari Tags (tanda) tersebut



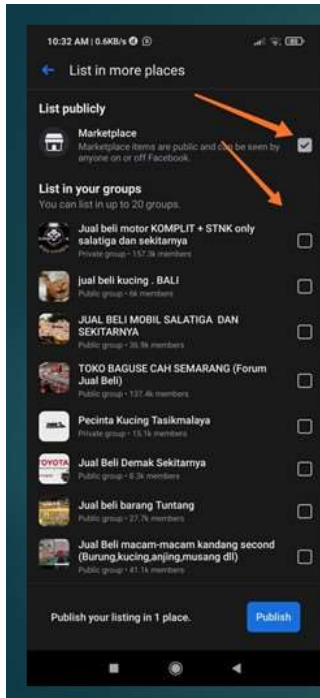
MENJUAL DI FACEBOOK

Contoh pengisian deskripsi, gambar produk di Marketplace FACEBOOK



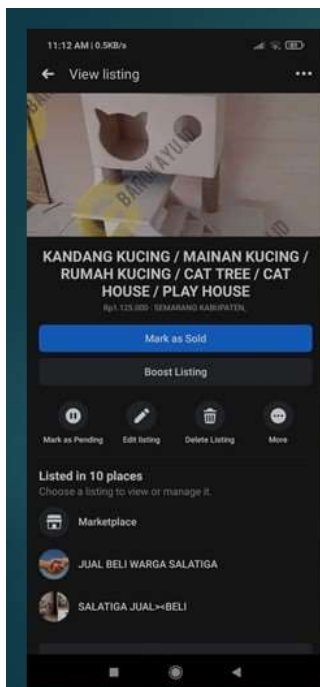
MENJUAL DI FACEBOOK

Contoh pengisian deskripsi, gambar produk di Marketplace FACEBOOK



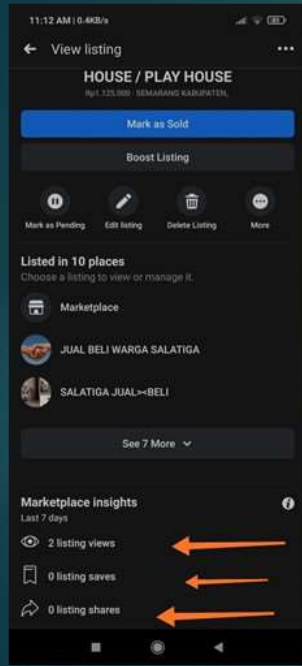
MENJUAL DI FACEBOOK

Setelah produk diisi dengan lengkap, kemudian terdapat pilihan Produk yang dijual akan dishare (dibagikan) pada Marketplace dan/atau pada grup yang diikuti agar lebih menarik pembeli



MENJUAL DI FACEBOOK

Produk sudah tampil pada marketplace



MENJUAL DI FACEBOOK

Bisa dicek bagaimana respon pasar atau konsumen terhadap produk yang kita jual

Gambar Mata = Jumlah akun/orang yang melihat iklan kita

Tanda Klip = Jumlah akun/orang yang menyimpan iklan kita.

Tanda Panah = Jumlah akun/orang yang membagikan produk kita

Terimakasih

