

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)  
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN PADA  
BIDANG JASA OTOMOTIF**



Disusun Oleh :

Jendry Dwi Rezaldy (1861207)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
(STIE) PGRI DEWANTARA JOMBANG**

**2022**

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)  
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN PADA  
BIDANG JASA OTOMOTIF**



Disusun Oleh :  
Jendry Dwi Rezaldy (1861207)

Jombang, 04 Januari 2022

Mengetahui/Menyetujui,  
Dosen Pembimbing Lapangan

Penulis

**Nuri Purwanto, S.ST., MM**

**Jendry Dwi Rezaldy**

Mengetahui/Menyetujui,  
Pendamping Lapangan

Mengesahan,  
Ka. Prodi Manajemen

**Eryanto**



**Erminati Pancaningrum, ST., MSM**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, akhirnya penulis dapat menyusun laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Pada Bidang Jasa Otomotif”. Hal ini tentunya tak lepas dari beberapa hal yaitu bantuan, dorongan serta bimbingan yang sangat berguna bagi penulis maupun pihak lain.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan KKM ini tidak berhasil tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Erminati Pancaningrum, ST., MSM selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE PGRI Dewantara Jombang.
2. Nuri Purwanto, S.ST., MM selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL)
3. Eryanto selaku Pembimbing Lapangan kantor kecamatan Jombang

Penulis menyadari bahwa dalam laporan KKM masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan laporan KKM ini serta bermanfaat bagi penulis pembaca dan bagi laporan-laporan selanjutnya.

Jombang, 04 Januari 2022



Penyusun

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I.....	5
PENDAHULUAN.....	5
1.1 Latar Belakang Kuliah Kerja Magang.....	5
1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang.....	5
1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang (KKM).....	5
1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang.....	6
1.5 Jadwal Kuliah Kerja Magang.....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG.....	8
2.1 Sejarah Perusahaan/Instansi.....	8
2.2 Struktur Organisasi.....	8
2.3 Kegiatan Umum Perusahaan.....	9
BAB III.....	10
PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG.....	10
3.1 Pelaksanaan Kerja yang Dilakukan di Tempat Magang.....	10
3.2 Hasil Pengamatan di Tempat Magang.....	10
3.3 Usulan Pemecahan Masalah/Solusi.....	11
BAB IV.....	12
PENUTUP.....	12
4.2 Kesimpulan.....	12
4.2 Saran.....	12
LAMPIRAN.....	14

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Lokasi Tempat Magang .....	6
---------------------------------------	---

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Struktur Organisasi .....	8
--------------------------------------	---

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Formulir Kegiatan Mahasiswa .....	14
Lampiran 2. Dokumentasi Kegiatan Mahasiswa .....	16
Lampiran 3. Formulir Penilaian Pembimbing Lapangan .....	18

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Kuliah Kerja Magang**

Media Sosial kini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan kerangka pikiran ideologi dan teknologi dari Web 2.0, dan memungkinkan terbentuknya kreasi pertukaran isi informasi dari pengguna internet. Web 2.0 adalah dasar terbentuknya sosial media (Carlsson, 2010). Contoh media sosial yang berkembang saat ini adalah : twitter, facebook, myspace, youtube, instagram, path, whatsapp, line, dll. Mengingat pentingnya informasi tentang bagaimana penggunaan media sosial bagi UKM dan manfaatnya, maka perlu dilakukan suatu penelitian observasional.. Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan adalah teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi saat ini membuat manusia sudah tidak lagi memperlmasalahkan batas jarak, ruang dan waktu. Teknologi informasi melahirkan internet, internet menawarkan banyak manfaat bagi UKM untuk meningkatkan pemasaran produknya. Selain itu juga internet memberikan manfaat meningkatkan kesempatan UKM untuk bekerjasama dengan pengusaha lainnya. Salah satu teknologi internet yang sedang berkembang pesat dan sangat berpotensi untuk mendorong pemasaran UKM adalah media sosial. Media sosial memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis. Dari latar belakang tersebut, maka penulis menyusun laporan yang berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Pada Bidang Jasa Otomotif”**.

#### **1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang**

Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi Pemasaran pada Ahas Nasional.

#### **1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang (KKM)**

- a. Bagi mahasiswa.

1. Mahasiswa bisa mempraktekkan dan menerapkan ilmu pengetahuan perkuliahan secara langsung di lapangan kerja.
  2. Menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan di dunia kerja sesuai dengan kemampuan dan bidangnya.
- b. Bagi Lembaga Perguruan.
- Terciptanya hubungan kerjasama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak, yaitu dapat menempatkan mahasiswa yang potensial untuk mendapatkan pengalaman.
- c. Bagi Instansi yang Bersangkutan
1. Instansi dapat memenuhi kebutuhan tenaga kerja yang berwawasan akademik dari kuliah kerja magang tersebut.
  2. Instansi dapat melihat tenaga kerja yang potensial dikalangan mahasiswa sehingga apabila suatu saat membutuhkan karyawan bisa merekrut mahasiswa tersebut

#### **1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang**

##### **Lokasi, Waktu dan Tempat Kuliah Kerja Magang (KKM)**

Kegiatan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini dilaksanakan di:



Gambar 1.1 Lokasi Tempat Magang

Jl Raya Ploso Babat Losari Ploso Jombang.

### **1.5 Jadwal Kuliah Kerja Magang**

Kegiatan kuliah kerja magang dilaksanakan setiap hari Senin – Sabtu dengan jam kerja mulai pukul 07.30 – 16.30 wib. Kuliah Kerja Magang dilaksanakan mulai tanggal 14 Oktober – 18 November 2021

## BAB II

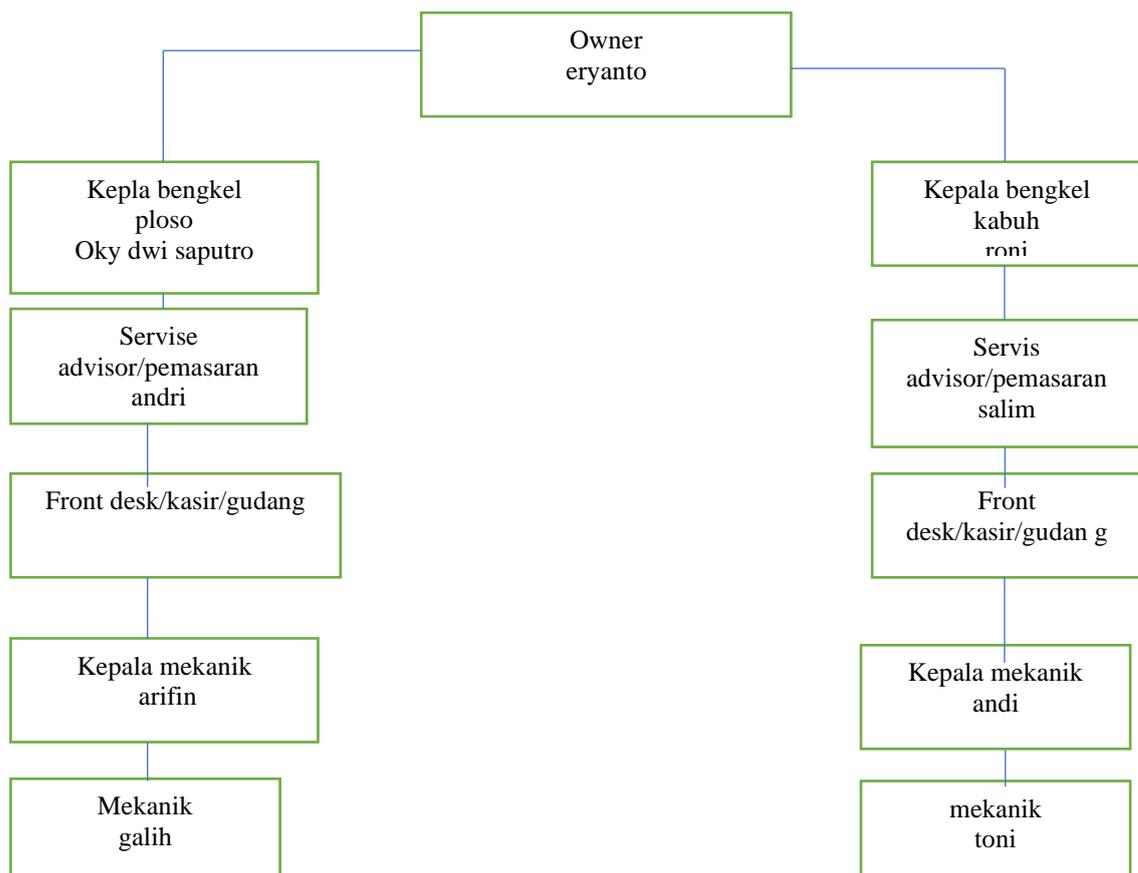
### TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG

#### 2.1 Sejarah Perusahaan/Instansi

Bengkel Ahas Nasional Ploso merupakan bengkel resmi sepeda motor Honda yang bergerak dibidang jasa perawatan/pemeliharaan dan penjualan *sparepart*. Awalnya bengkel khusus motor HONDA yang disebut sebagai AHASS Astra Honda Authorized Service Station) ini diberdiri pada tahun 1999 tepatnya pada tanggal 11 April 1999 Oleh Bapak Eryanto, yang diberi nama Ahas nasional ploso yang beralamat di jl raya ploso-babat no 14, yang sebelumnya telah meminta ijin dari PT. Daya Adira Mustika selaku main deller sepeda motor HONDA wilayah Jawa timur, maka berdirilah tempat pelayanan servis dan penjualan onderdil motor Honda, setelah sukses mendirikan ahas nasional ploso mengembangkan diri dengan membuka cabang di Jln. Raya kabuh no 35 kabuh- jombang, pendirian cabang bengkel AHAS ahas nasional Ploso ini ditujukan untuk memenuhi dan melayani para pengguna motor Honda yang berada di daerah tersebut..

#### 2.2 Struktur Organisasi

Tabel 2. 1 Struktur Organisasi



### **2.3 Kegiatan Umum Perusahaan**

Bengkel motor Honda AHASS melakukan kegiatan sebagai berikut:

1. Pengadaan sparepart atau suku cadang berbagai jenis motor Honda yang asli dan berbagai macam motor Honda
2. Memperbaiki dan menservice motor khususnya Honda .
3. Mempromosikan berbagai jenis produk baru yang dimiliki oleh AHM (Astra Honda Motor) yang didistribusikan ke berbagai bengkel Honda salah satunya adalah di bengkel resmi motor Honda AHASS Nasional Motor yang ada di Jombang.
4. Melakukan penjualan, pemeliharaan dan perawatan kendaraan bermotor dan asesoris terkait perbaikan kendaraan bermotor.
5. Mengatur perencanaan perbaikan (service) pada setiap kendaraan yang datang ke Bengkel Ahass Nasional Ploso.
6. Menginput data pelanggan dan menentukan sparepart yang akan digunakan untuk service.
7. Menawarkan aplikasi Brompt kepada pelanggan yang datang ke Bengkel Ahass Nasional Ploso.

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG**

#### **3.1 Pelaksanaan Kerja yang Dilakukan di Tempat Magang**

Sistem magang di Bengkel Ahas Nasional Motor Ploso, Jalan Raya Ploso-Babat dilaksanakan pada tanggal 14 Oktober sampai 18 November tahun 2021. Jadwal beraktivitas dimulai pukul 07.30 sampai pada pukul 16.30 yang mana mahasiswa magang dibawah bimbingan Bapak Eryanto.

Adapun jadwal kerja karyawan yang terdapat pada Ahas Nasional Motor Ploso dengan jadwal hari Senin – Sabtu dan jam operasional 07.30 wib sampai 16.30 wib.

Adapun beberapa peraturan sebagai berikut :

1. Awal masuk wajib briefing serta berdo'a.
2. Jam Istirahat jam 12 sampai jam 1 siang.
3. Jam Pulang Sesuai jam kerja yang ditentukan.
4. Menjalankan Tugas sesuai dengan Jobdesk masing-masing.

#### **3.2 Hasil Pengamatan di Tempat Magang**

Bengkel Ahas Nasional Motor belum menggunakan sarana media social dalam sarana promosi untuk mengenalkan suku cadang atau produknya kepada seluruh khalayak masyarakat. Padahal dizaman sekarang peran media social sangat diperlukan apalagi sekarang peraturan pemerintah larangan keluar rumah sangat dibatasi sehingga produk akan terlambat dalam penjualan. Untuk itu bengkel ini perlu ditingkatkan lagi dalam pemasaran melalui medi social. Pemasaran melalui media sosial akan memengaruhi faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi konsumen akan sebuah produk, yang kemudian akan mempengaruhi minat beli konsumen. Menggunakan media sosial dengan maksud memasarkan produk atau jasanya, memberikan informasi tertentu kepada konsumen dan mempromosikan produk yang dihasilkannya. Media sosial digunakan sebagai alat komunikasi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, meningkatkan image produk, dan berakhir pada peningkatan penjualan

### **3.3 Usulan Pemecahan Masalah/Solusi**

Dari permasalahan diatas bisa diambil jalan tengah dalam mengatasinya yaitu mengguna sarana Media sosial dan media social yang paling banyak digunakan adalah Facebook, Twitter dan Instagram memanfaatkan penggunaan media sosial untuk komunikasi personal dengan konsumen, Pemasaran dan iklan, mendata kebutuhan konsumen, memberikan respon pada konsumen, membantu pengambilan keputusan dan sebagai forum diskusi dengan konsumen. layanan Online memiliki manfaat: (1)Penyesuaian yang cepat terhadap kondisi pasar Perusahaan dapat dengan cepat menambahkan produk pada penawaran serta mengubah harga (2) Biaya yang lebih rendah Mencegah biaya pengelolaan toko, biaya sewa, asuransi, dan prasarana. Membuat katalog digital dengan biaya yang lebih murah. (3) Peningkatan hubungan, karena pemasar online dapat berbicara dengan pelanggan dan belajar banyak dari mereka. (4) Pengukuran besar peminat pasar, karena pemasar mengetahui berapa banyak orang yang mengunjungi situs online mereka. Informasi ini dapat membantu pemasar meningkatkan penawaran.

Beberapa manfaat pemasaran Online antara lain: murah dan efisien, tidak terbatas oleh waktu, menjangkau pasar lebih luas, meningkatkan image perusahaan dimata para konsumen, memberikan nilai lebih untuk menghadapi persaingan bisnis yang ada, mengurangi biaya pemasaran, lebih tertarget dan biayanya relatif lebih rendah dibandingkan biaya pemasaran offline, memudahkan pelaku usaha untuk menjalin hubungan dengan para konsumen melalui kotak saran atau ruang komentar, meningkatkan loyalitas konsumen.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.2 Kesimpulan**

Perkembangan media saat ini memberikan berbagai opsi kepada masyarakat untuk menikmati informasi dengan cara yang beragam. Hal ini pula yang mendorong perkembangan sebuah media baru yang dari tahun ke tahun semakin terasa efeknya. Awalnya, kata media sosial bahkan tidak dikenal. Dalam era jejaring sosial sekarang ini terjadi pergeseran dari pemasaran offline ke pemasaran online.

#### **4.2 Saran**

Ada banyak sosial media yang bisa digunakan untuk memulai bisnis. Namun, akan lebih baik jika memanfaatkan satu media sosial saja. Memilih media sosial yang dirasakan cocok dan bisa digunakan serta diakses oleh para konsumen yang perlu dilakukan oleh pemilik bengkel.

### DAFTAR PUSTAKA

- Purwiantoro, M. H., SW, D. F. K., & Hadi, W. (2016). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengembangan usaha kecil menengah (UKM). *Eka Cida*, 1(1).
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan digital marketing dalam promosi pariwisata pada era industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81-92.
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk dan potensi Indonesia dalam upaya mendukung ASEAN community 2015.(Studi Social media marketing pada twitter kemenparekraf ri dan facebook disparbud provinsi jawa barat). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 123-138.
- Hartomo, B. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Promosi Media Sosial terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Serasi Autoraya (Trac Rent a Car) Cabang Yogyakarta* (Doctoral dissertation, STIE YKPN).

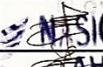
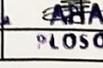
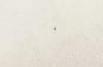
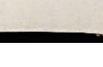
## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kegiatan Harian Mahasiswa

#### Lampiran 1. Kegiatan Harian Mahasiswa

##### Formulir Kegiatan Harian Mahasiswa

**Nama Mahasiswa** : Jendry Dwi Rezaldy (1861207)  
**Program Studi** : Manajemen Pemasaran  
**Tempat KKM** : Ahas Nasional Ploso  
**Bagian/Bidang** : Pemasaran

Minggu Ke	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
1	14 OKtober 2021	Pengenalan kepada karyawan Ahas Nasional Ploso	
	15 OKtober 2021	Melakukan survey dan pencarian informasi data Customer	
	16 OKtober 2021	Melakukan Tanya jawab dan sharing terkait Data Customer	
	17 OKtober 2021	Off	
	18 OKtober 2021	Mendata Customer yang aktif dan tidak	
	19 OKtober 2021	Input data Customer Aktif	
	20 OKtober 2021	Tellemarketing	
	21 OKtober 2021	Input data Customer Aktif	
	22 OKtober 2021	Input data pengelompokan Customer	
	23 OKtober 2021	Input data Customer tidak aktif	
	24 OKtober 2021	Off	
2	25 OKtober 2021	Tellemarketing, guna mencari informasi	
	27 OKtober 2021	Mencari informasi mengenai Customer	
	28 OKtober 2021	Survey bagian Unit Produksi	
	29 OKtober 2021	Survey bagian Unit Produksi	
	30 OKtober 2021	Membuat Rekapitulasi hasil penjualan.	
31 OKtober 2021	Off		
	01 November 2021	Meeting untuk membuat Program Pemasaran	

3	02 November 2021	Meeting untuk membuat Program Pemasaran		NASIONAL MOTOR AKASS 01744 PLOS0-JOMBANG
	03 November 2021	Meeting untuk membuat Program Pemasaran		NASIONAL MOTOR AKASS 01744 PLOS0-JOMBANG
	04 November 2021	Membuat Proposal Progran Pemasaran		NASIONAL MOTOR AKASS 01744 PLOS0-JOMBANG
	05 November 2021	Membuat Proposal Progran Pemasaran		NASIONAL MOTOR AKASS 01744 PLOS0-JOMBANG
	06 November 2021	Membuat Proposal Progran Pemasaran		NASIONAL MOTOR AKASS 01744 PLOS0-JOMBANG
	07 November 2021	Off		
	4	08 November 2021	Melakukan input data customer yang sudah di datangi oleh tim sales	
09 November 2021		Melakukan input data customer yang sudah di datangi oleh tim sales		NASIONAL MOTOR AKASS 01744 PLOS0-JOMBANG
10 November 2021		Melakukan input data customer yang sudah di datangi oleh tim sales		NASIONAL MOTOR AKASS 01744 PLOS0-JOMBANG
11 November 2021		Membuat Laporan harian customer dari sales		NASIONAL MOTOR AKASS 01744 PLOS0-JOMBANG
12 November 2021		Membuat Laporan harian customer dari sales		NASIONAL MOTOR AKASS 01744 PLOS0-JOMBANG
13 November 2021		Membuat Laporan harian customer dari sales		NASIONAL MOTOR AKASS 01744 PLOS0-JOMBANG
14 November 2021		Off		
15 November 2021		Merekap data Customer aktif dan tidak aktif		NASIONAL MOTOR AKASS 01744 PLOS0-JOMBANG
16 November 2021		Merekap data Customer aktif, dan tidak aktif		NASIONAL MOTOR AKASS 01744 PLOS0-JOMBANG
17 November 2021		Merekap data Customer aktif, dan tidak aktif		NASIONAL MOTOR AKASS 01744 PLOS0-JOMBANG
18 November 2021		Penutupan KKM		

## Lampiran 2. Dokumentasi Kegiatan Mahasiswa





### LAMPIRAN 3. Form Penilaian



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA

PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (B) PROGRAM STUDI –  
MANAJEMEN (B)

Jl. Prof. Moh yamin No.77 Telp. 0321-865180, Fax 0321-853807 Jombang 61471 Email :  
info@stiedewantara.ac.id website: www.stiedewantara.ac.id

**PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA**  
**STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG**

Nama : Jendry Dwi Rezaldy  
NIM : 1861207  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Tempat Magang : Ahass Nasional Ploso  
Alamat Tempat Magang : Jl Raya Ploso Babat Losari Ploso Jombang.  
Bagian/Bidang : Pemasaran

No.	Aspek Yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Disiplin kerja	90
2.	Kerjasama dalam tim/hubungan dengan rekan kerja	98
3.	Sikap, etika dan tingkah laku saat bekerja	90
4.	Kreativitas dan ketrampilan	87
5.	Kemampuan mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam pekerjaan	90
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja	90
7.	Kemampuan berkomunikasi	90
8.	Produktivitas Kerja*	90
Jumlah		725
<b>Nilai Rata-Rata</b>		<b>90,6</b>

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

\*Peserta magang menghasilkan produk/ karya Catatan:

.....

Jombang, 04 Januari 2022

Pendamping Lapangan/Pejabat Penilai\*\*.



\*\* dituliskan nama pejabat penilai disertai tanda tangan dan stempel perusahaan/ins



## SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA

PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (B)  
PROGRAM STUDI – MANAJEMEN (B)

Jl. Prof. Moh yamin No.77 Telp. 0321-865180, Fax 0321-853807 Jombang 61471  
Email : info@stiedewantara.ac.id website: www.stiedewantara.ac.id

### PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA

#### STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG

Nama : Jendry Dwi Rezaldy  
NIM : 1861207  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Tempat Magang : Ahass Nasional Ploso  
Alamat Tempat Magang : Jl Raya Ploso Babat Losari Ploso Jombang.  
Bagian/Bidang : Pemasaran

No.	Aspek Yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Keaktifan Konsultasi	90
2.	Motivasi	98
3.	Pengetahuan tentang tugas dalam obyek KKM	90
4.	Tata Bahasa dan kerapihan laporan	87
5.	Kejelasan menyampaikan laporan	90
6.	Sistematika laporan	90
7.	Kemampuan mengidentifikasi masalah	90
8.	Kemampuan memberikan alternatif pemecahan masalah	90
Jumlah		725
<b>Nilai Rata-Rata</b>		<b>90,6</b>

Jombang, 04 Januari 2022

Dosen Pembimbing Lapangan

(Nuri Purwanto, S.ST., MM)