

Kode / Nama Rumpun Ilmu**:
462 / Teknologi Informasi

LAPORAN HASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
HIBAH UNIVERSITAS TRILOGI

**PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI STRATEGI PROMOSI BAGI
SUSTAINABILITY BISNIS UMKM**



Maya Cendana, S.T., M.Cs. (NIDN : 0205048601)
Silvester Dian Handy Permana, S.T., M.T.I. (NIDN : 0326119001)

UNIVERSITAS TRILOGI
AGUSTUS 2018

**LEMBAR PERTANGGUNGJAWABAN
PENGABDIAN HIBAH UNIVERSITAS TRILOGI**

Judul Pengabdian : Pemanfaatan Sosial Media sebagai Strategi Promosi bagi *Sustainability* Bisnis UMKM

Ketua Tim Pengabdian :

a. Nama Lengkap : Maya Cendana, S.T., M.Cs.

b. NIDN : 0205048601

c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli

d. Program Studi : Teknik Informatika

e. Nomor HP : 081367769989

f. Alamat e-mail : maya.cendana@trilogi.ac.id

Anggota (1) :

a. Nama Lengkap : Silvester Dian Handy Permana, S.T., M.T.I.

b. NIDN : 0326119001

Biaya Penelitian : - diusulkan ke Universitas Trilogi Rp. 5.000.000,-
- yang telah digunakan Rp. 5.027.333,-

Mengetahui,

Kepala LPPM

(Dr. P. Setia Lenggono)

NIP. 140115

Jakarta, 3 Maret 2019

Ketua Tim Pelaksana



(Maya Cendana, S.T., M.Cs.)

NIP. 140807

DAFTAR ISI

Halaman Judul	1
LEMBAR PERTANGGUNGJAWABAN	2
DAFTAR ISI.....	3
RINGKASAN	4
BAB I PENDAHULUAN.....	5
BAB II SOLUSI PERMASALAHAN.....	7
BAB III METODE PELAKSANAAN	10
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	12
BAB V PENGGUNAAN DANA	18

RINGKASAN

Iklim perekonomian di Indonesia sekarang sedang tumbuh dan berkembang terutama untuk bisnis UMKM. Di dalam menggerakkan perekonomian mikro kecil dan menengah, Banyak masyarakat Indonesia menjadi pedagang kecil yang memasarkan suatu produk kepada orang lain. Mereka mencoba peruntungan nasib menjadi pedagang untuk mencari keuntungan. Beberapa pedagang menjual dagangannya di lapak dan lainnya ada yang menjual keliling. Banyak dari pedagang Indonesia belum memanfaatkan teknologi informasi untuk berjualan. Padahal teknologi informasi dapat dimanfaatkan hanya dari genggam tangan salah satunya melalui media sosial. Media sosial seperti *Facebook Instagram* dan *Twitter* dapat digunakan untuk menjual barang dagangannya. Kegiatan pengabdian ini memberikan informasi secara menyeluruh mengenai media sosial untuk para pedagang atau pegiat bisnis UMKM. Kegiatan ini akan memberikan juga strategi untuk memenangkan pangsa pasar dalam media sosial. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu masyarakat yang berbisnis UMKM untuk menjual bisnisnya secara online melalui media sosial.

Kata Kunci : Pemanfaatan Teknologi Informasi, Strategi e-bisnis, Media Sosial, E-Marketing Strategy

BAB I

PENDAHULUAN

Iklim perekonomian Indonesia sekarang tumbuh di angka 5,1%. Banyak masyarakat Indonesia menjadi pedagang dalam usaha skala mikro kecil dan menengah (UMKM). Para pedagang besar membuka jalan bagi para pedagang kecil untuk berjualan dengan tidak mencari keuntungan yang banyak sehingga para pedagang kecil mendapatkan laba dengan berjualan barang dagangannya. Hal seperti ini banyak dimanfaatkan oleh para pedagang kecil untuk berjualan barang dari para pedagang besar. Dari segi penjualannya pun beragam ada yang mulai memasarkan dengan cara berkeliling maupun dengan cara membuka lapak di tempat lain namun masih sedikit yang memanfaatkan media sosial atau teknologi informasi dalam berdagang. (Bin Hasri, Sigit Santoso, 2014)

Jumlah pengguna media sosial di Indonesia hampir mencapai angka 100 juta orang. Dengan keunggulan teknologi informasi ini harusnya dapat dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis UMKM agar dapat meraih keuntungan yang optimal. Menurut data penelitian dari *we are social*, jumlah penduduk Indonesia yang memanfaatkan media sosial *Facebook* sebanyak 80 juta, *Twitter* sebanyak 38 juta dan *Instagram* sebanyak 52 juta. Jika media sosial dimanfaatkan secara optimal maka hal ini dapat membantu bisnis UMKM dalam memiliki pelanggan baru (Pratiwi & Bungin. 2018).

Dari setiap sosial media mempunyai layanan dan fitur masing-masing yang berbeda. Dengan adanya fitur dan layanan masing-masing yang berbeda tentunya dibutuhkan strategi-strategi untuk memasarkan produk yang kita jual dan memenangkan kompetisi market di sana. Hal ini dilakukan karena sudah ada pengusaha yang memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan dagangannya. Pada kegiatan ini sebelum memberikan pembinaan kepada bisnis UMKM yang sedang berkembang telah dilakukan penelitian oleh Permana tahun 2016 mengenai pemanfaatan sosial media sebagai strategi penunjang bisnis e-commerce (Permana, 2016).

Penelitian tersebut dapat membantu kegiatan ini untuk mencari strategi dalam pemenangan kompetisi di market media sosial. Selain itu sebelum kegiatan pengabdian ini dimulai, pada

tahap penyusunan model dan strategi, kami juga mempelajari mengenai user behavior yang ada di dalam media sosial. User behavior ini mempelajari pola berpikir dan pola berinteraksi antara satu orang dengan lainnya di dalam media sosial. Diharapkan dengan mempelajari *user behavior* dapat menentukan strategi apa yang dibutuhkan oleh para pelaku bisnis UMKM (Waluyo & Budiarsi, 2018).

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN

Permasalahan yang dapat diambil dari para pelaku bisnis UMKM adalah strategi pemasaran yang kurang memanfaatkan media sosial. Kurangnya segi pemasaran dapat mengakibatkan turunnya *sustainability* dari para pelaku bisnis UMKM. Keberlangsungan bisnis UMKM bersandar pada banyaknya transaksi penjualan maupun pembelian yang ada. Setiap hari mereka mempunyai target tertentu dalam penjualannya untuk dapat meningkatkan perekonomian mereka. Penjualan secara konvensional berupa berjualan dengan lapak atau berkeliling belum cukup untuk menambah perekonomian bisnis UMKM. Peran teknologi informasi melalui media sosial sangat dibutuhkan untuk keberlangsungan bisnis UMKM.

Media sosial dalam teknologi informasi semakin banyak macamnya. Ada yang berbasis forum, ada yang berbasis chat dan ada yang berbasis timeline. Berdasarkan jumlah masyarakat yang aktif dalam media sosial, didapatkan tiga peringkat teratas dalam penggunaan media sosial. Ketiga media sosial tersebut adalah *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram*. Media sosial tersebut adalah media sosial dominan yang dipakai oleh masyarakat Indonesia dan ketiga media sosial tersebut menjadi topik utama dalam kegiatan pengabdian ini (Pratiwi & Bungin, 2018).

Facebook adalah media sosial paling populer di Indonesia di mana jumlah penduduk Indonesia yang memanfaatkan *Facebook* sebanyak 80 juta jiwa. *Facebook* didirikan di Amerika Serikat oleh Mark Zuckerberg. *Facebook* sendiri mempunyai anggota aktif lebih dari 2.17 miliar orang. Masyarakat Indonesia yang menggunakan *Facebook* didominasi oleh kalangan muda yang memanfaatkan smartphone untuk mengakses *Facebook*. *Facebook* mempunyai berbagai fitur di dalamnya di mana para pebisnis UMKM dapat memanfaatkan fitur tersebut untuk memasarkan barang dagangannya. *Facebook* memiliki Group jual beli dan fanspage yang digunakan untuk berjualan. Grup jual beli suatu barang pastinya sudah banyak tetapi harus dibutuhkan klasifikasi yang mendalam dan strategi dalam memposting setiap item penjualannya. Dalam menjual jasa dan barang secara fisik itu berbeda cara pemasarannya melalui media sosial secara umumnya. Fanspage di *Facebook* dapat digunakan untuk membangun toko online atau katalog yang merepresentasikan bisnis UMKM. Penggunaan fanspage *Facebook* ini juga mempunyai cara

husus untuk menjangkau lebih banyak orang agar mereka mengetahui produk knowledge kita. (Bayer, Ellison, Schoenebeck, Brady, & Falk, 2018)

Berbeda dengan *Facebook*, media sosial *Twitter* memiliki sudut pandang yang lain. *Twitter* memiliki karakter yang terbatas untuk setiap postingannya. Keterbatasan karakter di *Twitter* ini membuat para pelaku bisnis juga harus memberikan kata yang tepat untuk setiap postingannya. Media sosial *Twitter* juga memperkenalkan *trending* topik di mana hal tersebut adalah topik yang lagi banyak dibicarakan di media sosial *Twitter*. Jika barang dagangan yang dijual oleh para pebisnis UMKM masuk dalam *trending* topik pastinya bisnis UMKM maju dengan pesat. Hal ini dikarenakan banyaknya interaksi pengguna *Twitter* yang sedang membicarakan bisnis UMKM tersebut. Para pengguna *Twitter* biasanya ingin tahu dan mencoba produk yang sedang menjadi trending topic tersebut. Media sosial *Twitter* juga mempunyai fitur near me di mana fitur tersebut dapat melihat barang dagangan apa yang sedang dibicarakan di wilayah atau lokasi sekitar para pebisnis UMKM. Dengan pemanfaatan fitur tersebut tentunya para pegiat bisnis UMKM dapat mengambil kesempatan dalam berjualan barang dagangannya (Li, Hughes, & Howe, 2018).

Media sosial Instagram memiliki fitur yang berbeda pula dari media sosial *Facebook* dan *Twitter* di atas. *Instagram* mengenalkan foto yang menjadi pokok bahasan utama di dalam interaksi di media sosialnya. Setiap foto yang di publikasikan di Instagram memiliki *caption* atau keterangan foto yang dapat mendeskripsikan foto yang terposting. Hal ini tentunya sangat bermanfaat untuk para pebisnis UMKM dalam memasarkan produk dagangannya. *Instagram* juga memiliki fitur hashtag di mana fitur tersebut dapat merangkum seluruh gambar yang berada di dalam kategori *hashtag* tersebut. Hasil tersebut memudahkan orang lain untuk mencari suatu benda atau barang yang sesuai dengan kategori *hashtag* tersebut hal ini dapat dimanfaatkan para pebisnis UMKM untuk memasarkan dagangannya yang sesuai dengan suatu hashtag tertentu. *Coverage* dari *Instagram* adalah *follower* gimana jumlah *follower* yang banyak dapat menyebabkan banyak pola interaksi yang ada di media sosial tersebut. Banyaknya foto dan *hashtag* serta *caption* yang sesuai dengan foto tersebut dapat meningkatkan jumlah *follower* yang ada sehingga jumlah jangkauannya dapat meningkat (Meier & Schäfer, 2018).

Kegiatan ini mengharapkan seluruh pembisnis UMKM yang terlibat dapat memanfaatkan media sosial dengan optimal. Dalam mengoptimalkan media sosial tentu saja memiliki strategi dalam memenangkan pangsa pasar di media sosial tersebut. Diharapkan dengan adanya kegiatan pengabdian ini dapat membantu para pembisnis UMKM dalam menjaga keberlangsungan bisnisnya.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan yang diusulkan dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah



Gambar 3.1 Alur proses pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Pada gambar 3.1, terdapat 4 sub-kegiatan yang digunakan untuk pengabdian ini. Kegiatan pengabdian ini dibagi menjadi 4 sub kegiatan agar materi dalam pemanfaatan teknologi informasi dapat diterima secara menyeluruh. Rincian kegiatan dalam pengabdian yang diusulkan ini adalah :

1. Pengenalan Teknologi Komputer dan Internet

Para UMKM diharapkan mampu untuk mengoperasikan teknologi komputer dan dapat mengenal mengenai internet lebih dalam. Pemberian materi mengenai internet ini diarahkan untuk menjadi pendukung ekonomi digital. Ekonomi digital dengan memanfaatkan internet pada zaman ini juga akan dijelaskan pada sesi ini. Sesi yang pertama dan kedua ini akan dilakukan pada hari yang bersamaan

2. Pembuatan Media Sosial Bagi Bisnis UMKM dan Mengisi Konten dalam Media Sosial

Dalam pembuatan media sosial ini akan dipandu bagaimana cara membuat akun media sosial bagi bisnis UMKM karena akun bisnis berbeda dengan akun pribadi dalam media sosial. Pengisian kontennya juga perlu didampingi agar dapat memanfaatkan berbagai fitur dalam konten media sosial.

3. Pengenalan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial

Strategi dibutuhkan dalam pemasaran. Strategi dalam media sosial ini berperan agar barang dagangan maupun jasa yang ditawarkan para pebisnis UMKM mendapat jangkauan yang meluas kepada masyarakat. Selain itu, strategi ini dibutuhkan dalam pemenangan mangsa pasar di media sosial.

4. Pendampingan Sustainability dalam Bisnis UMKM

Strategi dalam media sosialpun belum cukup karena diperlukan pendampingan agar bisnis berlanjut secara simultan. Dalam pendampingan ini akan dijelaskan mengenai maintenance strategi dalam bisnis UMKM. Perawatan dan Pengembangan strategi sangat dibutuhkan agar para pegiat bisnis UMKM dapat berlangsung lama dalam berbisnis.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dijadwalkan dan dilaksanakan dalam dua kali pertemuan dengan peserta yang berbeda. Pertemuan ini dilaksanakan selama 2 jam dengan pembagian waktu 30 menit setiap materinya. Seluruh peserta diharapkan membawa alat komunikasi berupa *smartphone* dan mempunyai koneksi internet serta sudah mempunyai email pribadi yang terdaftar di *smartphone*.

Pertemuan pertama menghadirkan ibu-ibu PKK dari daerah Kelurahan Tomang Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat. Kegiatan ini berlangsung pada tanggal 10 Desember 2018. Peserta kegiatan merupakan ibu rumah tangga yang ingin mempunyai pekerjaan sampingan yaitu berjualan secara *online*. Kegiatan ini dilaksanakan di salah satu rumah peserta acara ini. Pertemuan ini dihadiri oleh kurang lebih 10 peserta. Dokumentasi kegiatan pada pertemuan pertama ini dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Dokumentasi Pelatihan Pertama

Dalam pertemuan yang pertama ini, pemahaman dari pesertanya banyak yang belum mengenal internet secara mendalam. Ibu-ibu ini hanya mengenal koneksi internet untuk kebutuhan komunikasi seperti WhatsApp. Hal ini cukup untuk menjadi dasar pengenalan teknologi informasi yang dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis UMKM. Dalam pembahasan di awal kegiatan pengabdian ini para peserta masih belum mempunyai gambaran bisnis apa yang akan ditekuni. Kami membantu para peserta untuk mendapatkan ide dalam pembuatan bisnis yang baru. Kami menawarkan opsi yaitu menjadi reseller pakaian, kacamata, produk makanan beku, hingga makanan ringan. Sesi ini menghasilkan 4 hingga 5 usaha yang baru dibentuk. Beberapa peserta yang mengikuti kegiatan ini masih belum berani komitmen untuk berjualan secara *online*. Setelah mengetahui dan memahami produk yang akan dijual nantinya berserta dimana akan membeli produk tersebut, acara ini berpindah sesi ke pengenalan teknologi informasi dan pembuatan akun sosial media. Sesi ini mewajibkan peserta yang telah mempunyai ide usaha baru untuk membuat akun sosial media dalam Facebook Twitter dan Instagram. Setelah mempunyai akun dari sosial media tersebut kegiatan ini berjalan dengan mengisi konten dari produk yang dijual ke ke sosial media tersebut. Dalam sesi ini juga diajarkan mengenai proses pengunggahan foto ke media sosial berserta pemanfaatan fasilitas-fasilitas dalam media sosial seperti fitur hastag, grup, *follower*, dsb. Sesi terakhir pada kegiatan ini adalah mengoptimalkan sosial media agar dapat mendatangkan keuntungan bagi para peserta kegiatan. Proses dalam mendatangkan keuntungan ini adalah memberikan tips dan cara khusus agar barang dagangan dapat laku terjual. Hasil yang didapatkan dari pelatihan ini adalah pembuatan usaha baru yang mudah untuk ditekuni para peserta dan pemanfaatan sosial media secara optimal untuk mendatangkan keuntungan.

Pertemuan kedua pada kegiatan ini mempunyai peserta dengan latar belakang sudah memiliki usaha sebelumnya. Mereka memanfaatkan sosial media untuk menjajakan barang dagangannya. Namun setelah adanya wawancara singkat mengenai penggunaan sosial media yang telah dilakukan selama ini, masih ada berapa hal yang belum mereka diketahui dan belum dioptimalkan. Pertemuan kedua ini kami diundang oleh Flavia Eyewear dan NG Beauty. Dalam kesempatan ini kami memaparkan optimalisasi sosial media untuk mendatangkan keuntungan bagi para pebisnis UMKM. Dokumentasi kegiatan pada pertemuan kedua ini dapat dilihat di gambar 3.



Gambar 3. Dokumentasi Pelatihan Kedua

Pertemuan kedua ini diawali dengan sesi wawancara singkat mengenai sosial media apa saja yang telah dipakai untuk usaha dagang yang selama ini dilakukan. Hasil dari wawancara singkat ini didapatkan bahwa mereka telah menggunakan sosial media *Instagram* dan menggunakan *marketplace Shopee*. Mereka menggunakan sosial media *Instagram* bermula dari awal mereka berjualan. Mereka juga sudah menggunakan beberapa fitur *Instagram* seperti *hashtag* dan *follower*. Namun, mereka belum membentuk komunitas untuk para pedagang agar saling mengikuti toko *online* sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dari *customer*. Selain itu yang dapat dikembangkan dari *Instagram* untuk peserta pada kegiatan ini adalah akun buzzer yang dapat mendongkrak jumlah pengikut atau *follower* yang berada di *Instagram*. Tentunya akun Blazer yang disarankan ini berasal dari selebriti *Instagram* atau selebgram agar dapat meningkatkan jumlah pengikut yang asli. Hal ini disarankan karena banyak akun *booster* yang biasa dibeli di sosial media yang dapat meningkatkan jumlah *follower* namun kebanyakan akun palsu atau yang sering disebut akun *bot*. Hal ini disampaikan karena berapa toko *online* yang sudah menggunakan jasa akun booster ini mendapatkan jumlah *follower* yang banyak sehingga dapat mendongkrak jumlah transaksi di dalam toko *onlinenya*. Hasil dari kegiatan pengabdian

pada masyarakat yang kedua ini diharapkan dapat meningkatkan transaksi dalam toko *online* kedepannya.

Kegiatan ini akan menghasilkan luaran wajib dan luaran tambahan dengan tahun capaian dan status pencapaian sebagai berikut :

No	Jenis Luaran				Indikator Capaian
	Kategori	Sub Kategori	Wajib	Capaian	TS
1	Artikel ilmiah dimuat di jurnal	Internasional berputasi			
		Nasional Terakreditasi	V	V (sudah submitted dalam jurnal Sinta 4)	<i>draft</i>
		Nasional tidak terakreditasi			
2	Artikel ilmiah dimuat di prosiding	Internasional Terindeks			
		Nasional			
3	<i>Invited speaker</i> dalam temu ilmiah	Internasional			
		Nasional			
4	<i>Visiting Lecturer</i>	Internasional			
5	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	Paten			
		Paten sederhana			
		Hak cipta			
		Merek dagang			
		Rahasia dagang			
		Desain Produk Industri			
		Indikasi Geografis			
		Perlindungan Varietas Tanaman			
		Perlindungan Topografi Sirkuit Terpadu			
6	Teknologi Tepat Guna				

7	Model/Purwarupa/Desain/Karya Seni/Rekayasa Sosial			
8	Buku Ajar (ISBN)			
9	Tingkat Kesiapan Teknologi (TKT)			
10	Media Cetak/Online	V	Sudah ada link dibawah	<i>draft</i>
11	Video kegiatan yang diupload ke channel youtube Universitas Trilogi	V	Sudah tersedia	<i>draft</i>

Link media cetak online :

<https://www.kompasiana.com/silvester26189/5c822b04bde57576b908e5e3/pemanfaatan-media-sosial-sebagai-strategi-promosi-bagi-sustainability-bisnis-umkm>

- Pengisian kolom wajib dengan tanda V atau X
- Pengisian kolom tambahan dengan tanda V atau X
- Pengisian kolom indicator capaian TS : published, submitted, tidak ada
- Untuk modelpurwarupa/desain/karya seni/rekayasa social bisa di pilih salah satu.
- Tingkat kesiapan teknologi (TKT) di isi dari 1 sampai 9.
- TKT 1-3 : Penelitian dasar
- TKT 4-6 : Penelitian pengembangan
- TKT 7-9 : Hilirisasi dan komersialisasi produk hasil penelitian

Active Submissions

HOME ABOUT USER HOME SEARCH CURRENT ARCHIVES ANNOUNCEMENTS

Home » User » Author » Active Submissions

Active Submissions

ACTIVE ARCHIVE

ID	IM-OD SUBMIT	DOC	AUTHOR	TITLE	STATUS
4126	03-03	ART	Permana	PENANJALAN SIKAP NEGARA TERHADAP STRATEGI... PENGHASILAN KAS...	Pending assignment

1 - 1 of 1 Items

Start a New Submission

[Click here](#) to go to step one of the five-step submission process.

Refbacks

All NEW SUBMITTED PENDING

DATE ADDED	HITS	URL	ARTICLE	TITLE	STATUS	ACTION
There are currently no refbacks.						

[Publish](#) [Ignore](#) [Delete](#) [Select All](#)

00009903 [View My Stats](#)

p-ISSN: 2460-5514; e-ISSN: 2502-6518

Editorial Board

[Aim & Scope](#)

[Author Guidelines](#)

[Online Submissions](#)

[Reviewer Acknowledgment](#)

[Abstracts in Progress](#)

[Main Page](#)

[Order Journal](#)

[Visitor Statistics](#)

Publications Editors

[GREEN JOURNAL EDITORIAL](#)

[Journal Index](#)

USER

You are logged in as...

Logout

- [My Account](#)
- [My Profile](#)
- [My List](#)

AUTHOR

[Submission](#)

17

BAB V
PENGUNAAN DANA

No.	Tanggal	Anggaran	Uraian	No. Bukti	Jumlah
Peralatan Penunjang					
1	30 November 2018	MAZER USB-C 3.1 to VGA Adapter Converter Kabel Konektor	Pembelian Proyektor Infocus IN114XA	A1	Rp 573.098,-
2	1 Februari 2019	Paket charger baterai brica bpro ae2s ae alpha edition ae2 Mark IIs 2s	Membeli Baterai	A2	Rp. 591.358,-
Bahan Habis Pakai					
2	14 Oktober 2018	Rental Komputer	Rental Komputer	B1	Rp. 68.500,-
	3 Desember 2018	Membeli ATK	Membeli ATK	B2	Rp. 502.000,-
	5 Maret 2019	Fotokopi	Fotokopi 240 x Rp. 250,-	B3	Rp. 60.000,-
Perjalanan					
3	2 November 2018	Membeli Bensin	Beli Bensin dari SPBU 34-12610	C1	Rp. 30.000,-
4	18 November 2018	Membeli Bensin	Beli Bensin dari SPBU 34-12611	C2	Rp. 122.500,-
5	25 November 2018	Membeli Bensin	Beli Bensin dari SPBU 34-12610	C3	Rp. 39.930,-
	10 Januari 2019	Membeli Bensin	Beli Bensin dari SPBU 34.12505	C4	Rp. 325.961
	21 Januari 2019	Membeli Bensin	Beli Bensin dari SPBU 34-12611	C5	Rp. 345.678
	25 Februari 2019	Membeli Bensin	Beli Bensin dari SPBU 34.12603	C6	Rp. 34.908
	4 Maret 2019	Membeli Bensin	Beli Bensin dari SPBU 34.12610	C7	Rp. 34.484
	5 Februari 2019	Grab Car	Grab Rumah – Lokasi Pengabdian	C8	Rp. 106.000
	5 Februari 2019	Grab Car	Lokasi Pengabdian - Grab Rumah	C9	Rp. 104.000
Lain-lain					
6	8 November 2018	Konsumsi	Membeli Konsumsi Ramen	D1	Rp. 191.616,-
7	28 November 2018	Konsumsi	Membeli dari Kedai	D2	Rp. 107.000,-

			Roti Bule		
8	30 November 2018	Konsumsi	Membeli dari Ayam Bakar Solo	D3	Rp. 60.000,-
	20 Januari 2019	Konsumsi	Membeli Kopi	D4	Rp. 40.000,-
	25 November 2018	Konsumsi	Paket Nasi Box	D5	Rp. 1.500.000,-
	10 Februari 2019	Konsumsi	Membeli dari Warung Teko	D6	Rp. 190.300,-
Total Penggunaan Dana					Rp. 5.027.333,-

Invoice

Diterbitkan atas nama:

Penjual allinhere shop
Nomor INV/20181130/XVIII/XI/245775032
Tanggal 30 November 2018

Pembayaran Mandiri Virtual Account
OVO Cash 
OVO Points 

Nama Produk	Jumlah Barang	Berat	Harga Barang	Subtotal
MAZER USB-C 3.1 to VGA Adapter Converter Kabel Konektor	1	85 gr	Rp 549.000	Rp 549.000

Catatan untuk Penjual:
mohon via gojek sekarang ya..

Subtotal	Rp 549.000
-----------------	-------------------

GO-JEK - Instant Courier	85 gr	Rp 23.000
---------------------------------	-------	-----------

Asuransi Rp 1.170
Paket ini tidak menggunakan asuransi pihak logistik, penjual **tidak perlu bayar asuransi** ke kurir

Subtotal	24.098
-----------------	---------------

Total	Rp 573.098
--------------	-------------------

Promo Tokopedia**Tujuan Pengiriman**

SILVESTER DIAN HANDY PERMANA, S.T., M.T.I.
UNIVERSITAS TRILOGI Jalan Kampus Trilogi / STEKPI No. 1,
Kalibata, Jakarta Selatan.
Pancoran, Kota Administrasi Jakarta Selatan, 12760
DKI Jakarta
08562900777

RIZKY Rental
COMPUTER
RENTAL & STATIONARY

Jl. Timbul No. 28 RT. 05 RW. 05
Cipedak - Jagakarsa, Jakarta - Selatan

Tanggal : 14/10/18

Kepada Yth, _____

NOTA FAKTUR

PRINT			
59	Lb. Print BW / WARNA A4	@Rp. 1000	=Rp. 59.000
	Lb. Print BW / WARNA A3	@Rp.	=Rp.
	Scanner uk.	@Rp.	=Rp.
	Jilid Standar / Lakban	@Rp.	=Rp.
	Jilid Soft Cover / Hard Cover	@Rp.	=Rp.
	Jilid Lakban	@Rp.	=Rp.
	Lb. Laminating uk.	@Rp.	=Rp.
5	Cetak Foto (3x4)	@Rp.	=Rp. 5000
1	Document Bag	@Rp.	=Rp. 3500
	Rental	@Rp.	=Rp. 1000
		@Rp.	=Rp.
		@Rp.	=Rp.
	Jumlah	Rp.	
		Rp.	
	Sisa	Rp. 68.500	

Tanda Terima, _____

Hormat kami, _____

RIZKY Rental
COMPUTER
RENTAL & STATIONARY

Nama Jelas _____

PERHATIAN : Barang yang sudah di print / dibeli tidak dapat
ditukar / dikembalikan kecuali ada perjanjian

B1

RAMEN IKKUDO ICHI
Flavor Bliss Kay.6 Unit 2
Telp. 021 2900 5060
A.am Sutera

Tanggal : 08-12-18

Jam : 11:30:26

No.Meja : 06A

Nama Tamu : c

Pelayan : FERI

Kasir : Susi

2 Buta Kara Miso (R)	115,000
1 Tori Karage	35,000
1 Rei Cha	9,600

Sub Total : 162,800
Serv. Charge : 11,396
Pajak Resto : 17,420

Bill : 191,616

Pembulatan : -16

HANYA UNTUK PENAGIHAN

Grand Total : 191,600

BUKAN BUKTI BAYAR

Thank You
DOWD ADHARTO

D1



KEDAI ROTI BULE

Jl. Tebet Timur Dalam 2 no. 72A,
Jakarta, Indonesia, 12820
081211048614

D2

THIS IS A COPY

28 Nov 2018 13:43
Receipt Number 3B08NB
Order ID 2WE0007
Bill Name GJ asepi
Collected By Kasir Bule

Roti Long John
GO JEK
1x @53.000 53.000
Es Kopi Bule
GO JEK
3x @18.000 54.000

Total: Rp 107.000
Other Rp 107.000

Kedairrotibule



C8



Silvester Dian Handy Permana <dianhandypermana@gmail.com>

Your Grab E-Receipt

2 messages

Grab <no-reply@grab.com>
To: dianhandypermana@gmail.com

Tue, Feb 5, 2019 at 17:21 AM

Semoga perjalanan anda tadi menyenangkan!

TOTAL
RP 106000

TANGGAL | WAKTU
05 Feb 19 17:14 +0700

Detail Pesanan

Jenis Kendaraan:
GrabCar

Ditentukan oleh Pengemudi
Haris Sudarmawan

Ditentukan untuk
Silvester Dian Handy Permana

Kode Booking
ADR-8669438-S-083

Lokasi Penjemputan:
**Jalan Pemuda 1, RT.12/RW.9, Srengseng
Sawah, Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12630,
Indonesia**

Lokasi Tujuan:
**Jl. Mandala Selatan 3 RT.15/RW.5, Tomang
Grogol petamburan Kota Jakarta Barat Daerah
Khusus Ibukota Jakarta 11440**

Profil:
PERSONAL

Detail Tagihan

Detail Pembayaran: OVO balance	
Detail Pembayaran	Jumlah:
Tarif Perjalanan	RP 117000
Rewards	- RP 11000.00
TOTAL	RP 106000

Help Centre
Ada barang yang ketinggalan di perjalanan ini?

Copyright © 2018 GrabTaxi Holdings Pte. Ltd.
Hak cipta dilindungi undang-undang.

Ketahui promo terbaru dari Grab



Grab <no-reply@grab.com>
To: dianhandypermana@gmail.com

Tue, Feb 5, 2019 at 10:20 PM

Semoga perjalanan anda tadi menyenangkan!

C9

TOTAL
RP 104000

TANGGAL | WAKTU
05 Feb 19 21:23 +0700

Detail Pesanan

Jenis Kendaraan:
GrabCar
Dibutuhkan oleh Pengemudi:
Ruska
Dibutuhkan untuk:
Silvester Dian Handy Permana
Kode Booking:
ADR-8669438-8-089
Lokasi Penjemputan:
**Jl. Mandala Selatan 3 RT.15/RW.5, Tomang
Grogol petamburan Kota Jakarta Barat Daerah
Khusus Ibukota Jakarta 11440**
Lokasi Tujuan:
**Jalan Pemuda 1, RT.12/RW.9, Srengseng
Sawah, Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12630,
Indonesia**
Profil:
PERSONAL

Detail Tagihan

Detail Pembayaran:
OVO balance

Detail Pembayaran	Jumlah:
Tarif Perjalanan	RP 11000
Rewards	- RP 15000.00

TOTAL RP 104000

[Quoted text hidden]

A2



Silvester Dian Handy Permana <dianhandypermana@gmail.com>

Checkout Pesanan dengan BRIVA Berhasil tanggal 1 Februari 2019

2 messages

Tokopedia <noreply@tokopedia.com>
To: - <dianhandypermana@gmail.com>

Fri, Feb 1, 2019 at 8:05 AM

tokopedia



Pesanan Anda telah kami teruskan ke Penjual

Terima kasih telah menyelesaikan transaksi di Tokopedia. Pembayaran menggunakan BRIVA berhasil.

Total Pembayaran

Rp 591.358

Referensi Pembayaran

PYM/20190201/XIX/II/325697307

Metode Pembayaran

BRIVA

Waktu Pembayaran

Jumat, 01 Februari 2019, 08:04 WIB

Status Pembayaran

Sudah Diverifikasi

[Cek Status Pemesanan](#)

[Belanja Lagi](#)

Detail Pemesanan

INV/20190201/XIX/II/325697307

Paket charger baterai brica bpro ae2s ae alpha edition ae2 Mark IIs - Rp 537.000

3 X Rp 179.000

Grab Instant Rp 54.000

Total Harga Produk Rp 591.000

Biaya Asuransi Rp 358

Sisa Tagihan Rp 591.358

B2

S K **KEMBEAREN PHOTO**
 MELAYANI : PHOTO COPY
 CUCI CETAK PHOTO
 MENJUAL ALAT TULIS KANTOR
 JL. PONDOK RANJI RAYA NO. 11
 PEREMPATAN BINTARO, SA

3 Desember 2018

NOTA NO.

BANYAKNYA	NAMA BARANG	HARGA	JUMLAH
10	Bolpoin Standar	3.500	35.000
4	Rim Kertas A4 Sidu	70.000	280.000
5	Penggaris Butterfly	5.000	25.000
10	Makera 6000	7.000	70.000
2	Paper Clip	6.000	12.000
1	Flash Disk Tosiba	80.000	80.000
	16 GB Seri NXT Biru		

Jumlah Rp.

502.000

Tanda Terima

Hidayat
 Hidayat

Caffe La Tazza
Specialty Coffee Shop
Mall Ambassador Lt. 4
021-5763037

Tanggal : 20-01-19
Jam : 20:38:09
No.Meja : 1.A.
Pelayan : Marnie
Kasir : Marni (Cashier)

1 Caffe Latte (Iced)	34,632
Sub Total :	34,632
Serv. Charge 5% :	1,732
Pajak 10% :	3,636
Bill :	40,000

MAYOR UNTUK PENUNJANG
Grand Total : 40,000

BUKTI BAYAR

Thank You

200119154
Jam Cetak : 20:38:19

SPBU 34.12603
JL.RAYA LENTENG AGUNG NO.4
JAKARTA
TEL.P. (021)7801059

No. Trans : 0446
Waktu : 25/02/19 17:48:20
No. Pompa : 1011-00/01
Produk : Pertamina
Volume : 3.544 L
Harga : Rp 9,850
Jumlah : Rp 34,908

MARI GUNAKAN BSM NO. 3005101
TERIMA KASIH & SELAMAT JALAN

SPBU 34.12505
JL.RAYA TANJUNG
BARAT NO.156
JAKARTA SELATAN

Shift: 1 No.Trans: 498449
Waktu: 10/01/19 20:15:07

Pulau/Pompa : 131-2
Produk : Pertamina
Harga/L : Rp.1.020
Jml Liter : 31.957 L
Jml Ruiah : Rp.325.961

TERIMA KASIH
SELAMAT JALAN
SEMOGA SELAMAT SAMPAI TUJUAN

PERTAMINA

SPBU 34.12603
JL. KAHFI 3-12 JAGAKARSA JAK-SEL
Senin, 04 Maret 2019 08:13:05

No. Pompa : 1
No. Saluran : 2
No. Nozzle : 1000
Jenis BBM : Pertamina
Liter : 3.501
Harga/Liter : Rp. 9.850
Total : Rp. 34.464

Operator : JAG2

Terima kasih dan Selamat jalan

SPBU 34-12611
Jl. Much Kahfi 1 No.51
Cipendak Jagakarsa Jaksel
Telp. (021) 78882413

21/01/2019 00:45
Receipt No.: 007731

Pump No. 08
Grade PERTAMAX
Volume 33.89
Unit Price 10200
Amount 345678

Wastage No. Not Entered