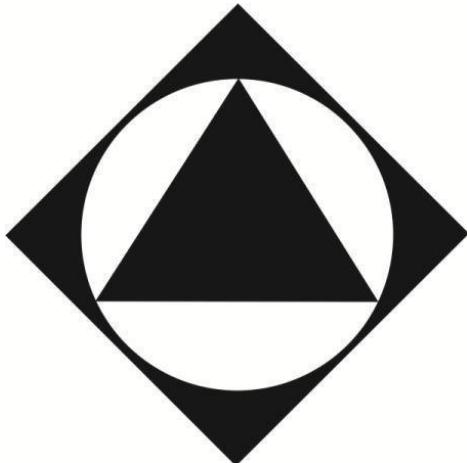


# **PROPOSAL KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



## **SOSIALISASI PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DI PABRIK SANDAL CV SAMHARI**

**Ketua Tim:**  
**Ratna Puspitaningsih, ST., MBA. (120130801)**

**Anggota Tim:**  
**Gita Permata Liansari, ST., MT (120121202)**  
**Asterina Febrianti, ST., MT (120130706)**  
**Selva Indriana (132018007)**  
**Wahyu Srimaryanti K (132018042)**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL  
2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : SOSIALISASI PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DI PABRIK SANDAL CV. SAMHARI

### Ketua Tim Pengusul

Nama	: Ratna Puspitaningsih, ST., MBA.
NIP	: 120130801
Jabatan/Golongan	: Asisten Ahli/III B
Jurusan/Fakultas	: Teknik Industri/Fakultas Teknologi Industri
Bidang Keahlian	: Teknik Industri
Alamat Kantor	: Jl. PKH. Hasan Mustopa No. 23 Bandung
Alamat Rumah	: Jingga Residence B9 Ciwastra Bandung

### Lokasi Kegiatan

Nama Mitra	: CV. SAMHARI
Wilayah Mitra	: Jl. Babakan Tarogong No. 136
Desa/Kecamatan	: Bojong Loa Kaler
Kota/Kabupaten	: Kota Bandung
Provinsi	: Jawa Barat
Jarak PT ke Mitra	: 10 km
Mahasiswa yang terlibat	: 2 orang
Luaran	: Modul Sosialisasi
Waktu Pelaksanaan	: 16 Juli 2021 (1 hari)
Total Biaya	: Rp 515.000,00

Bandung, 13 Juli 2021

Mengetahui,  
Ketua Prodi Teknik Industri



Sugih Arijanto, ST., MM.  
NIDN: 0422037203

Ketua Tim Pengusul

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Ratna Puspitaningsih".

Ratna Puspitaningsih, ST., MBA.  
NIDN: 0422050891

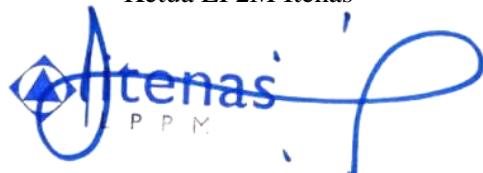
Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Teknologi Industri Itenas



Jono Suhartono, ST., MT., PhD.  
NIDN: 0406017801

Ketua LP2M Itenas



Iwan Juwana, ST., MEM., PhD.  
NIDN: 0403017701

# **SOSIALISASI PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DI PABRIK**

## **SANDAL CV SAMHARI**

### **Latar Belakang**

Di tahun 2020, pandemik COVID 19 sudah masuk ke Indonesia yang mengakibatkan seluruh perusahaan mengalami ketidakpastian dalam setiap usaha yang dilakukannya. Hal tersebut memiliki dampak terhadap sistem bisnis yang sudah dijalani oleh perusahaan selama ini. Pemerintah memiliki kebijakan terhadap setiap pelaku usaha selama masa pandemik ini. Salah satu kebijakan tersebut yaitu pembatasan jumlah pekerja yang masuk mengakibatkan porsi karyawan di perusahaan terbatas (bekerja dari rumah atau *work from home*). Kebijakan tersebut mengakibatkan perusahaan dituntut untuk beradaptasi dengan adanya perubahan ini. Salah satu perusahaan yang terdampak dengan adanya kondisi pandemik ini yaitu perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang selain pangan terutama Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Hal ini dikarenakan daya beli masyarakat menurun dan lebih mementingkan untuk membeli kepentingan bahan pokok dibanding dengan produk lainnya.

CV. SAMHARI merupakan salah satu UKM yang bergerak dalam pembuatan sandal yang berlokasi di Kota Bandung. Kondisi pandemik ini membuat pihak perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan kebiasaan baru yaitu masyarakat atau konsumen yang berpindah cara pembelian barang dari langsung (*offline*) menjadi tidak langsung (*online*). Saat ini pihak perusahaan masih menggunakan cara lama dan cenderung tidak memiliki sistem strategi pemasaran yang baik dan terencana. Hal ini mengakibatkan adanya penurunan penjualan yang berdampak pada penurunan jumlah produksi.

Cara tersebut dapat menjadi salah satu solusi bagi setiap pelaku terutama UKM untuk dapat merubah strategi nya dari cara tradisional menjadi digital. Pelaku usaha sebelumnya menggunakan teknik penjualan tradisional dengan cara melakukan penjualan langsung via telepon atau melalui konsumen yang sudah biasa membeli sehingga cakupannya masih sangat terbatas. Untuk memperluas cakupan penjualan maka diperlukan strategi pemasaran yang berbasis digital. Banyak media digital yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan seperti Google Ads, Marketplace, Email, Social Media, dan lain sebagainya. Media tersebut memberikan manfaat yang berbeda bagi setiap pelaku usaha sehingga dapat meminimisasi pengeluaran khusus di bagian pemasaran produk. Sosialisasi ini memberikan informasi terkait media digital yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai dasar dalam pengembangan strategi khususnya di kondisi pandemik seperti sekarang ini.

## **Tujuan**

Tujuan PKM ini adalah untuk memberikan “Sosialisasi Penerapan Strategi Pemasaran Di Pabrik Sandal CV SAMHARI”.

## **Rencana Mekanisme Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan “Sosialisasi Penerapan Strategi Pemasaran Di Pabrik Sendal CV SAMHARI” dilaksanakan di Jl Babakan Tarogong No. 136 Kecamatan Bojong Loa Kaler Kota Bandung Jawa Barat”

Waktu pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

Hari : Jumat

Tanggal : 16 Juli 2021

Pukul : 08.00 WIB sampai dengan 15.00 WIB

Pelaksana kegiatan PKM dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pelaksana Kegiatan PKM

Nama	Tugas
Ratna Puspitaningsih, S.T., MBA.	Koordinasi dengan pihak Pengelola Mitra, persiapan dan monitoring kegiatan, serta membuat proposal dan laporan kegiatan PKM.
Gita Permata Liansari, ST., MT Selva Indriana (132018007)	Pembuatan Modul 1. Kepuasan Pelanggan
Asterina Febrianti, S.T., M.T Wahyu Srimaryanti K (132018042)	Pembuatan Modul 2. Digital Marketing

Anggaran biaya selengkapnya dapat diilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Anggaran Kegiatan “Sosialisasi Penerapan Strategi Pemasaran Di Pabrik Sendal CV SAMHARI”

No.	Item	Rincian	Total Biaya (Rp)
2	Konsumsi	5 fasilitator x Rp 25.000	125.000
3	Fotokopi modul peserta	10 peserta x Rp 10.000	100.000
4	Laporan	2 x Rp20.000	40.000
4	Transportasi	5 fasilitator x Rp 50.000	250.000
Total			515.000

## **Target Luaran**

Target luarannya adalah Modul Sosialisasi