

## PERJANJIAN

**PELAKSANAAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
PROGRAM PKM100 PLUS 2022 – Periode 2  
Nomor: PKM100Plus-2022-2-229-SPK-KLPPM/UNTAR/XII/2022**

1. Pada hari Senin tanggal 5 bulan Desember Tahun 2022, yang bertanda tangan di bawah ini:

I Nama : Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D.  
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat  
Universitas Tarumanagara

Selanjutnya disebut sebagai **Pihak Pertama**.

II Nama : Dr. Galuh Mira Saktiana, S.E., M.Sc  
NIDN/NIDK : 0330098504  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Bertindak untuk diri sendiri dan Anggota Tim Pengusul:

1. Nama : Herawati Rahayu  
NIM : 115200215  
2. Nama : -  
NIM : -  
3. Nama : -  
NIM : -

Selanjutnya disebut sebagai **Pihak Kedua**.

2. Pihak Pertama menugaskan Pihak Kedua untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat atas nama Universitas Tarumanagara dengan:

Judul kegiatan : Pelatihan Komunikasi Pemasaran Karyawan PT. Koilima Putra Mandiri

Nama mitra : PT. Koilima Putra Mandiri

Tanggal kegiatan : 7 Desember 2022

dengan biaya Rp3,000,000 (Tiga Juta Rupiah) dibebankan kepada anggaran Universitas Tarumanagara.

3. Lingkup pekerjaan dalam tugas ini adalah kegiatan sesuai dengan yang tertera dalam usulan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang diajukan oleh Pihak Kedua, dan telah disetujui oleh Pihak Pertama yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam surat tugas ini.

4. Pihak Kedua wajib menyerahkan laporan kegiatan dan luaran kegiatan selambat-lambatnya tanggal 31 Desember 2022, sesuai prosedur dan peraturan yang berlaku dengan format sesuai ketentuan.

Pihak Pertama



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D.

Pihak Kedua



Dr. Galuh Mira Saktiana, S.E., M.Sc

### Lembaga

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

### Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana

LAPORAN AKHIR  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN KE LEMBAGA  
PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



PELATIHAN KOMUNIKASI PEMASARAN  
UNTUK PT. KOILIMA PUTRA MANDIRI

Jakarta, 7 Desember 2022

Disusun oleh:

**Ketua Tim**

Dr. Galuh Mira Saktiana, S.E., M.Sc (0330098504)

**Anggota:**

Herawati Rahayu (115200215)

PRODI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA  
DESEMBER 2022

**Halaman Pengesahan  
Laporan Pengabdian kepada Masyarakat**

1. Judul PKM : PELATIHAN KOMUNIKASI UNTUK KARYAWAN
2. Nama Mitra PKM : PT. Koilima Putra Mandiri
3. Ketua Tim Pelaksana  
A. Nama dan Gelar : Dr. Galuh Mira Saktiana, S.E., M.Sc  
B. NIDN/NIK : 0330098504  
C. Jabatan/Gol. : Asisten Ahli  
D. Program Studi : Manajemen  
E. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
F. Bidang Keahlian : Pemasaran  
G. Alamat Kantor : Jalan Tanjung Duren Utara No. 1 Jakarta  
H. Nomor HP/Tlp : 08175468977
3. Anggota Tim PKM  
A. Jumlah Anggota (Dosen) : -  
B. Nama Anggota/Keahlian : -  
C. Jumlah Mahasiswa : 1 orang  
D. Nama & NIM Mahasiswa 1 : Herawati Rahayu (115200215)  
E. Nama & NIM Mahasiswa 2 : -  
F. Nama & NIM Mahasiswa 3 : -
4. Lokasi Kegiatan Mitra : PT. Koilima Putra Mandiri  
A. Wilayah Mitra : Jakarta  
B. Kabupaten/Kota : Jakarta Selatan  
C. Provinsi : DKI Jakarta
5. Metode Pelaksanaan : Luring/Daring
5. Luaran yang dihasilkan : Terbit pada pagarampos.sumeks.co
6. Jangka Waktu Pelaksanaan : Agustus-Desember 2022
7. Pendanaan  
Biaya yang disetujui : Rp. 3.000.000

Jakarta, 24 Desember 2022

Menyetujui,  
Ketua LPPM



Ir. Jap Tji Beng, Ph.D.

NIK:10381047

Ketua Pelaksana

Dr. Galuh Mira Saktiana, S.E., M.Sc

NIDN: 0330098504

# SISTEMATIKA

## LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

### **BAB I Pendahuluan**

#### **A. Analisis Situasi**

Pentingnya komunikasi yang terjalin antara konsumen dan produsen sangat penting dilakukan. Komunikasi ini tentu saja terjalin melalui dua arah yang saling menguntungkan dan baik tanpa hambatan tentunya. Perusahaan dapat menjalin hubungan dengan pelanggan melalui adanya komunikasi secara aktif dua arah dan layanan umpan balik (Oviedo-Garcia dkk 2014) sehingga memungkinkan perusahaan untuk merespons secara langsung, meningkatkan penawaran, menangani masalah dan memberikan layanan yang lebih baik (Kabadayi dan Price 2014). Hal ini akan membuat konsumen merasa lebih diperhatikan oleh produsen. Pemberian informasi yang baik dan benar serta menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan adalah beberapa kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan pada pelanggan. Menurut Kotler dan Keller dalam bukunya yang berjudul "*Marketing Management*" edisi ke 15 menyatakan bahwa IMC terdiri dari beberapa kegiatan, yaitu iklan, promosi penjualan, even dan pengalaman, humas (*public relation*), pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran mulut ke mulut, penjualan pribadi (*personal selling*). Adapun tujuan IMC adalah Untuk menyampaikan pesan yang konsisten kepada calon pelanggan secara efektif, sehingga calon pelanggan memiliki persepsi sama terhadap pesan yang mereka terima; Untuk membentuk citra merek yang dapat konsumen kenali dengan mudah; Berperan dalam pengalaman pelanggan, sehingga akan adanya hubungan baik antara perusahaan dan pelanggan.

Salah satu yang bisa dilakukan supaya tercipta hubungan baik bisa dilakukan dengan Hubungan Pemasaran Digital (*Digital Relationship Marketing*), yaitu kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menciptakan dan memelihara hubungan jangka panjang yang baik antara bisnis dan pelanggan melalui media digital agar berhasil mencapai tujuan bisnis. Komunikasi yang baik dan terintegrasi kuat dengan pelanggan tentu saja akan memudahkan para produsen atau penyedia layanan mempromosikan merek dimasa depan serta dapat mengembangkan hubungan yang lebih kuat dan baik terhadap pelanggan.

## **B. Masalah Mitra dan Solusi**

Masalah yang terjadi adalah bagaimana menciptakan komunikasi yang baik agar tercipta hubungan baik untuk jangka panjang. Kegiatan komunikasi yang terintegrasi akan menciptakan pelanggan yang loyal serta memberikan informasi positif kepada pelanggan lain agar menggunakan jasa pelayanan PT. Koilima Putra Mandiri untuk menyelenggarakan *event* yang lain. Perusahaan ini tentu saja harus tahu bagaimana membuat pelanggan puas akan jasa mereka. Penyelenggaraan event-event yang berbeda tentu saja tidak mudah tanpa koordinasi dan integrasi semua pihak yang terlibat didalamnya. Oleh karena perlu diberikan pelatihan mengenai pentingnya komunikasi pemasaran yang baik kepada pelanggannya agar tetap tercipta suasana yang menyenangkan dan kondusif.

## **Bab II Pelaksanaan**

### **A. Deskripsi Kegiatan**

Pelatihan dan pembelajaran ini berlangsung selama satu hari full dari pukul 09.00 sampai dengan 15.00 WIB pada hari Rabu, tanggal 7 Desember 2022.

### **B. Metode Pelaksanaan**

Pelatihan dan pembelajaran ini dilaksanakan secara luring. Adapun acaranya dengan menggunakan Zoom Meeting.

### **C. Luaran**

Luaran yang dihasilkan adalah publikasi Hasil PKM berupa artikel yang diterbitkan pada tanggal Desember 2022, Adapun link nya adalah sebagai berikut: <https://koranpagaralampos.sumeks.co/pagaralam-pos-12-desember-2022/2/> dan juga menyertakan berita tersebut dalam bentuk pdf.

## **Bab III Kesimpulan**

Kegiatan pelatihan ini berlangsung dengan baik, didukung peserta pelatihan yang semangat mendengarkan dan berperan aktif selama pelatihan. Para peserta pelatihan antusias mengajukan pertanyaan kepada narasumber dan ingin tahu lebih banyak mengenai bagaimana komunikasi agar selalu terjalin dengan baik antara perusahaan pemberi jasa dan konsumen

## **Daftar Pustaka**

Kabadayi, S. and Price, K. (2014), "Consumer – brand engagement on Facebook: liking and commenting behaviors," *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8, 203 – 223.

Kotler, P. and K. L. Keller. (2016). "Marketing Management", 15<sup>th</sup> edition, Harlow Essex, Pearson Education

Oviedo-Garcia, M. A; Munoz-Exposito, M; Castellanos-Verdugo, M; Sancho-Mejias, M. (2014), "Metric proposal for customer engagement in Facebook," *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8, 327-344.

## **Lampiran**

1. Surat tugas.
2. Materi paparan (PDF).
3. Foto kegiatan.
4. Bukti luaran.



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara



**UNTAR** untuk **INDONESIA**

# SERTIFIKAT

Nomor: 229/D/PKM-100Plus/2022-2/XII/2022

DIBERIKAN KEPADA

**Dr. Galuh Mira Saktiana, S.E., M.Sc**

sebagai:

**NARASUMBER**

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) 100 Plus

Mitra: PT. Koilima Putra Mandiri

**Pelatihan Komunikasi Pemasaran Karyawan PT. Koilima Putra Mandiri**

yang telah dilaksanakan pada tanggal:

**7 Desember 2022**

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat



**Ir. Jap Tji Beng, M.Psi., Ph.D.**