

**PELATIHAN PENYUSUNAN PROPOSAL KEGIATAN PADA KARYAWAN DI  
PT TEMPO SCAN PASIFIK TBK**

Riska Alfiawati<sup>1</sup> dan Sudarmaji<sup>2</sup>, Rembulan Alawiyah Jamil<sup>3</sup>, Dita Safitri<sup>4</sup>

<sup>1234</sup>STKIP-PGRI Bandar Lampung

<sup>1</sup>riskaalfiawati@gmail.com, <sup>2</sup>sudarmaji@stkippgribl.ac.id, <sup>3</sup>alawiyahjamil@gmail.com,

<sup>4</sup>dita\_safitri@gmail.com

**Abstrak:** Pelatihan ini bertujuan agar karyawan PT Tempo Scan Pasifik TBK di Tanjung karang pusat, Bandar Lampung dapat menyusun proposal kegiatan dengan baik. Proposal kegiatan adalah sebuah rencana yang dituangkan ke dalam bentuk rancangan kerja. Proposal ini dibuat sebelum suatu kegiatan dilaksanakan untuk mendapatkan izin atau juga mencari sponsor acara. PT Tempo Scan Pasifik TBK yang bergerak dibidang produk kesehatan dan kecantikan Perusahaan ini merupakan perusahaan barang konsumen yang berdomisili di Jakarta yang didirikan di Jakarta pada 3 November 1953 terdaftar sebagai perusahaan publik telah resmi tercatat publik di Bursa Efek Indonesia dengan kode TSPC sejak pada tanggal 17 Juni 1994. Pengabdian ini dilakukan PT Tempo Scan Pasifik TBK di Tanjung karang pusat, Bandar Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah obeservasi, wawancara dan sosialisasi. Antusias pemuda cukup baik ketika pelatihan penyusunan proposal kegiatan dilaksanakan. Pembuatan proposal merupakan salah satu kemampuan yang diperlukan untuk memajukan kegiatan di PT Tempo Scan Pasifik TBK. Dengan memiliki kapabilitas dan kemampuan dalam pembuatan proposal maka pemuda akan mudah dalam mencari bantuan dana yang dapat mendukung kegiatan kegiatan yang ada di lingkungan PT Tempo Scan Pasifik TBK.

**Kata kunci:** *pelatihan, proposal, PT Tempo*

**Abstract:** *This training is intended so that PT Tempo Scan Pasifik TBK di Tanjung karang pusat, Bandar Lampung can prepare activity proposals properly. The activity proposal is a plan that is poured into the form of a work plan. This proposal is made before an activity is carried out to obtain permission or also to find event sponsors. PT Tempo Scan Pasifik TBK which is medical, clinical and aesthetic. PT Tempo Scan Pasifik TBK which is engaged in health and beauty products. This company is a consumer goods company domiciled in Jakarta which was established in Jakarta on November 3, 1953, registered as a public company and has been officially publicly listed on the Indonesia Stock Exchange with code TSPC since June 17, 1994. The research method used is observation, interview and socialization. The enthusiasm of the youth was quite good when the activity proposal preparation training was carried out. Proposal making is one of the skills needed to advance PT Tempo Scan Pasifik TBK. By having the capability and ability in making proposals, youth will find it easy to find financial assistance that can support existing activities within PT Tempo Scan Pasifik TBK.*

**Keywords:** *Proposal, PT Tempo, Training*

## **PENDAHULUAN**

Perawatan kulit dan wajah merupakan salahsatu kebutuhan utama wanita modern yang akan menunjang aktivitasnya. Kebutuhan ini begitu diperhatikan oleh perusahaan jasa layanan perawatan kesehatan dan kecantikan kulit, sehingga bermunculan berbagai usaha klinik perawatan kulit dan wajah, terutama di kota-kota besar. Bertumbuhnya usaha ini, memberikan peluang untuk bertambahnya jumlah klinik kesehatan, yang menyebabkan persaingan antar perusahaan dalam memperebutkan jumlah konsumen (Sukotjo & Radix, 2010). Persaingan yang makin ketat, mengharuskan perusahaan tetap menjaga keberlangsungannya, dengan cara mempertahankan pelanggannya. Hal ini dapat dilakukan dengan menanamkan persepsi subyektif kepada konsumen saat pengkonsumsian barang atau jasa hingga konsumen berminat untuk melakukan pembelian ulang (Musaddad, 2011). Klinik kecantikan merupakan perusahaan yang menggabungkan jasa dan produk dalam berproses.

Pemilihan sebuah klinik kecantikan sebagai tempat perawatan kesehatan dan kecantikan kulit banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya persepsi harga dan persepsi merek (Agarwal & Teas, 2002). Harga menjadi salah satu isyarat paling dominan dalam pemasaran, hal tersebut karena harga ada pada semua situasi pembelian. Harga juga merupakan salah satu isyarat yang digunakan konsumen dalam proses persepsi, dimana harga akan mempengaruhi penilaian konsumen tentang suatu produk (Ridgway & Netemeyer, 1993). Sedangkan peranan merek adalah merek bukan hanya sebuah simbol, namun merek dapat juga memberikan arti bahwa produk tersebut mempunyai nilai tertentu (Pepadri, 2002). Persepsi harga dan persepsi merek akan berpengaruh pada perceived value yang nantinya menimbulkan intens to repurchase konsumen (Agarwal & Teas,

2002). KAJIAN TEORITIS Price perception berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seutuhnya dan memberikan makna yang dalam oleh konsumen. Persepsi harga menjadi sebuah penilaian konsumen tentang perbandingan besarnya pengorbanan dengan apa yang akan didapatkan dari produk dan jasa (Zeithaml, 1988).

Merek memainkan peranan yang sangat penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui proses pengambilan keputusan konsumen dan mengidentifikasi kondisi dalam proses tersebut (Cravens & Nigel, 2003). Peranan merek terhadap kualitas produk atau jasa adalah merek bukan hanya sebuah simbol, namun merek dapat juga memberikan Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 7, No. 1, April 2012 doi: 10.9744/pemasaran.7.4.25-32 ISSN 1907-235X JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN, VOL. 7, NO. 1, April 2012: 25-32 26 arti bahwa produk tersebut mempunyai nilai atau kualitas tertentu (Pepadri, 2002). Merek adalah sebuah nama atau simbol yang diasosiasikan dengan suatu produk atau jasa dan menimbulkan arti psikologis atau asosiasi. Merek bukan hanya apa yang tercetak di dalam sebuah produk atau kemasannya, tetapi apa yang ada di benak konsumen dan bagaimana konsumen mengasosiasikannya. Pada perkembangan selanjutnya merek adalah sebuah nama yang dianggap mewakili sebuah obyek, dianggap sebagai sebuah simbol kemudian menjadi image. Pada akhirnya merek bukan apa yang dibuat di pabrik, tercetak di sebuah kemasan atau apa yang diinginkan oleh pemasar, tetapi apa yang ada di dalam pikiran konsumen (Susanto, 2008).

Sebuah nilai dianggap sebagai bukan nilai kecuali apabila hal itu telah dirasakan menjadi satu. Tidak peduli seberapa nyata sebuah nilai akan dianggap bukan nilai hingga nilai telah dirasakan (Bono & Heller, 2006).

Perceived value didasarkan pada evaluasi konsumen terhadap produk dan jasa. Konsumen menekankan bahwa keuntungan yang diterima dari suatu produk atau jasa merupakan komponen yang terpenting dalam value. Value juga merupakan kualitas yang diterima konsumen sesuai dengan harga yang dibayarkan (Zeithaml, 1988). Minat konsumen adalah keinginan yang timbul dari proses pengaktifan ingatan sebagai sebuah rencana yang tersimpan. Keinginan konsumen untuk membeli ulang suatu produk didasarkan pada kepercayaan dan nilai yang berkaitan dengan tindakan membeli atau menggunakan produk tersebut. Minat beli ulang merupakan bagian dari perilaku pembelian konsumen di mana kesesuaian antara performa dari produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan menghasilkan minat konsumen untuk mengkonsumsinya lagi di masa akan datang.

Hal ini didukung oleh pernyataan Anoraga (2000) bahwa minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan di masa lalu. Namun saat ini bentuk laporan yang dibuat masih dilakukan secara manual sehingga memerlukan waktu yang relatif lama. Selain itu, penyajian dan penyusunan data kurang tertata rapi, akibatnya mempersulit dalam pencarian suata jika diperlukan. Laporan sulit dimengerti sehingga sulit dipahami maksud dan tujuan laporan tersebut, data yang tidak akurat, dan terjadinya redudansi atau data rangkap.

Dengan memanfaatkan teknologi dan informasi (TIK) yang sudah sangat berkembang pesat saat ini, dapat memudahkan pekerjaan dalam suatu perusahaan. Melalui TIK pekerjaan yang berat dapat dilakukan dengan mudah, otomatis, dan lebih hemat waktu dengan hasil yang lebih baik.

Dengan pelatihan penyusunan proposal kegiatan pada karyawan di PT

Tempo Scan Pasifik TBK ini dapat memudahkan para karyawan membuat laporan dengan hasil yang lebih baik. Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan juni 2021 dan diselenggarakan selama 3 jam dari pukul 09.00-12.00 WIB dengan jumlah 10 peserta pelatihan.

Proposal pada hakikatnya merupakan karya tulis yang harus dipersiapkan mahasiswa sebagai syarat untuk memprogram skripsi dan merupakan bagian dari perencanaan penyusunan skripsi. Proposal ini dikembangkan dari suatu masalah yang akan diuji untuk mengetahui pemahaman mahasiswa akan latar belakang permasalahan, kerangka konseptual dan cara pemecahannya secara terukur dan teruji. Proposal dimaksudkan agar dapat mempersiapkan pelaksanaan penelitian secara sistematis, metodologis dan logis, sehingga kegiatan dilaksanakan dengan benar dan dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang dijadwalkan.

Pentingnya penyusunan proposal dalam sebuah kegiatan perusahaan agar memudahkan pengukuran capaian kegiatan yang diadakan. Selain itu, dengan persiapan yang matang, karyawan dapat mempertimbangkan kekurangan dan kebutuhan kegiatan yang akan diadakan oleh sebuah perusahaan.

Penyusunan proposal yang baik mendatangkan feedback yang baik bagi karyawan yang mengajukan suatu kegiatan. Proposal yang ditulis dengan sistematika yang baik akan memudahkan pembaca memahami maksud yang disampaikan pada proposal tersebut. Itulah mengapa tim pengabdian merasa perlu untuk memberikan pelatihan penyusunan proposal pada karyawan PT Tempo Scan Pasifik.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pengabdian ini dilakukan pada PT Tempo Scan Pasifik TBK di Tanjung karang pusat, Bandar Lampung dapat Metode penelitian yang digunakan adalah

observasi, wawancara dan sosialisasi. Observasi dilakukan secara langsung dengan objek penelitian karyawan PT Tempo Scan Pasifik TBK. Pada kegiatan observasi ini bertugas untuk mencatat segala keperluan sebagai data penelitian untuk dapat menyelesaikan penelitian ini.

Wawancara merupakan suatu tindakan pengambilan data dengan cara bertatap muka secara langsung dengan tujuan untuk mendapatkan informasi secara tepat.

Sosialisasi proses belajar seorang anggota masyarakat untuk mengenal dan menghayati kebudayaan masyarakat dalam lingkungannya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN PT Tempo Scan Pasifik TBK Tanjung karang pusat, Bandar Lampung**

PT. Tempo Scan Pacific Tbk merupakan salah satu perusahaan yang tergabung dalam Tempo Group yang membawahi divisi farmasi. Unit bisnis anak perusahaan ini terdiri dari pembuatan dan pendistribusian produk-produk farmasi, perawatan kesehatan, kosmetik dan jasa distribusi. Tempo Scan Pasifik juga berkembang melalui divisinya yang terdiri dari divisi farmasi, divisi perawatan pribadi, divisi kosmetik dan dibantu pula dengan divisi pemasaran.

Perusahaan ini telah menghasilkan beberapa produk yang terkenal di pasaran, seperti Vidoran Syrup, NEO rheumacyl Anti Inflammation, vitonal-ASI, bodrex, Bodrexin Tablet, bodrex Flu & Batuk, Domedon, Mitno 4, Glicab dan beberapa produk lainnya. Perusahaan dibantu dengan fasilitas 2 pabrik yang terletak di Cawang dan Cikarang. Pabrik di Cawang berdiri di atas tanah seluas 13.000 meter persegi sedangkan pabrik di Cikarang.

Dalam perkembangannya, PT. Tempo Scan Pacific Tbk terus mengembangkan produk-produk yang terfokus pada obat bebas atau over the counter (OTC) yang menjadi andalan perusahaan. Dalam divisi farmasi yang

bernama Pharma Consumer Health, perusahaan mampu memberikan kontribusi sekitar Rp 1,76 triliun atau setara 30,4% terhadap total penjualan bersih perusahaan pada tahun 2011. Untuk mendongkrak peningkatan laba perusahaan, Tempo Scan Pasifik berencana untuk mengembangkan produk suplemen yang merupakan kategori baru yang belum banyak dilirik oleh kompetitor. Munculnya wacana pengembangan suplemen ini datang dari gaya hidup yang dijalani oleh masyarakat sekarang cenderung lebih padat atau sibuk. Sehingga dibutuhkan suplemen untuk menanggulangi masalah tersebut. Dengan ini perusahaan menargetkan penjualan obat OTC sebesar 90% dan sisanya obat ethical.

Produk Tempo Scan Pasifik telah menyebar sebesar lebih dari 45,1 % dari total pasar farmasi nasional. Dengan kata lain, produk perusahaan ini telah menguasai mayoritas pasar obat di dalam negeri. Tak hanya itu, produk buatan perusahaan ini juga telah mampu menembus pasar internasional dengan melakukan impor hingga ke Malaysia, Filipina, Timur Tengah, Nigeria serta negara-negara lainnya. PT Tempo Scan Pacific Tbk ("Perseroan") dan entitas anaknya merupakan bagian dari Tempo Grup yang memulai kegiatan usahanya melalui pendirian PT PD Tempo pada tanggal 3 Nopember 1953 yang bergerak di bidang perdagangan produk farmasi. Perseroan dibentuk melalui proses restrukturisasi pada tahun 1991 dan semula Perseroan bernama PT Sanchemie yang pada tahun 1970 memulai kegiatan produksi komersial produk farmasi dalam skala besar. Seiring dengan perjalanan waktu, Perseroan melalui entitas anaknya juga telah memproduksi produk kosmetik dan produk konsumen sejak tahun 1977.

Pada tahun 1994 Perseroan menjadi perusahaan publik dan mencatatkan saham-sahamnya sejumlah 75.000.000 lembar saham di Bursa Efek

Indonesia/BEI (dahulu Bursa Efek Jakarta/BEJ). Pada tahun 1995 jumlah saham tersebut telah meningkat menjadi 150.000.000 lembar saham dengan dirubahnya nilai nominal masing-masing saham Perseroan dari Rp 1.000 menjadi Rp 500 per lembar saham (pemecahan saham).

Selanjutnya pada tahun 1998, BEI telah menyetujui pencatatan saham Perseroan sebanyak 300.000.000 lembar saham yang berasal dari Penawaran Umum Terbatas yang Pertama, sehingga jumlah saham tercatat Perseroan seluruhnya berjumlah 450.000.000 lembar saham. Pada tahun 1999, meskipun terimbas krisis ekonomi Asia, Perseroan membayar lebih awal USD 105 juta pinjaman sindikasi luar negeri dan sejak itu Perseroan memiliki posisi kas bersih yang surplus.

Pada tahun 2003 Perseroan telah mengimplementasikan SAP untuk mendukung kegiatan operasional Perseroan secara lebih efisien dan efektif. Saat ini SAP telah diimplementasikan pada 16 entitas anak Perseroan. Dengan keyakinan bahwa perekonomian Indonesia akan terus membaik, Perseroan membangun pabrik Farmasi baru di Cikarang dengan luas area total 76.105 m<sup>2</sup> yang diresmikan pada tahun 2006.

Pada tahun 2006 jumlah saham tercatat meningkat menjadi 4.500.000.000 lembar saham dengan dirubahnya nilai nominal masing-masing saham Perseroan dari Rp 500 menjadi Rp 50 per lembar saham (pemecahan saham). Pada tahun 2007 Perseroan memperluas bisnis internasional ke Thailand serta mendirikan Tempo Scan Pacific Philippines di tahun 2010 dan Tempo Scan Pacific Malaysia di tahun 2012. Seiring dengan terus berkembangnya Perseroan, kantor pusat Tempo Scan pindah ke Tempo Scan Tower di Jl. HR Rasuna Said Kav. 3-4, Kuningan, Jakarta Selatan, Indonesia, yang terdiri dari 30 lantai dan 4 basement seluas total 70.000 m<sup>2</sup> dan diresmikan pada bulan Maret

2012. Pada tahun 2017 Perseroan mulai membangun pabrik baru CPCMG yang berlokasi di Mojokerto, Propinsi Jawa Timur, dan telah beroperasi sejak Februari 2019. Saat ini fasilitas produksi Perseroan terletak di 9 lokasi.

### **Struktur Teks Proposal Kegiatan**

1. Nama Kegiatan  
Nama kegiatan sama seperti halnya judul suatu tulisan. Maka, nama kegiatan harus dibuat semenarik mungkin sehingga dapat menimbulkan rasa ingin tahu pembaca. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan nama kegiatan, antara lain:
  - Sesuai dengan topik kegiatan
  - Singkat, padat, dan jelas
  - Diungkapkan dalam bentuk frasa
2. Pendahuluan  
Dalam bagian ini disajikan alasan mengapa suatu kegiatan harus dilaksanakan. Maka, penyusun proposal diharapkan dapat menunjukkan pentingnya pelaksanaan kegiatan yang akan dilaksanakan.
3. Tujuan  
Tujuan berfungsi untuk mengarahkan dan memfokuskan aktivitas yang akan dilaksanakan.
4. Sasaran  
Bagian ini berisi tentang lembaga, personil, organisasi, atau kelompok masyarakat tertentu yang akan menjadi peserta dari kegiatan.
5. Jadwal  
Bagian ini memuat waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan.
6. Susunan Acara  
Pada bagian susunan acara dijelaskan mengenai susunan kegiatan yang akan dilangsungkan.
7. Kepanitiaan  
Bagian ini menyebutkan tentang susunan panitia yang bertanggung jawab melaksanakan acara.

8. Anggaran  
Proposal yang baik haruslah selalu mencantumkan rincian biaya penyelenggaraan kegiatan. Sebaiknya biaya itu diperhitungkan secara logis dan realistis, baik itu pemasukan maupun pengeluarannya. Estimasi pembiayaan yang dibuat oleh seorang penyusun proposal akan menjadi pertimbangan calon penyandang dana atau donator. Anggaran biaya dapat dibedakan menjadi tiga bagian, yaitu persiapan, operasional, dan laporan.

9. Penutup  
Penutup merupakan akhir dari pembicaraan perencanaan kegiatan. Maka, bagian ini merupakan 'rayuan' terakhir penyusun proposal kepada pembaca untuk menentukan diterima atau tidaknya sebuah proposal. Untuk itu pada bagian ini, penyusun proposal harus dapat memotivasi calon penyandang dana, donatur, sponsor, atau partisipan dengan cara menunjukkan rasa optimistis terhadap kegiatan yang direncanakan.

Pada Bulan Juni Tahun 2021, kegiatan pelatihan dimulai pukul 08.00 sampai dengan 12.00 dengan susunan acara:

1. Peserta menempati ruangan
2. Pembukaan pelatihan oleh sinder
3. Penyampaian materi oleh saudara Riska Alfiawati juga di bantu oleh Bapak Sudarmaji, dan mahasiswa bimbingan dan konseling sebagai asisten dalam pengabdian ini. Metode yang digunakan merupakan pemberian informasi dalam bentuk materi dengan menggunakan media yang sudah di persiapkan.
4. Tanya jawab dan diskusi mengenai materi yang di sampaikan.

Antusias pemuda cukup baik ketika pelatihan penyusunan proposal kegiatan dilaksanakan. Materi yang disampaikan mengenai apa itu proposal, fungsi dan

tujuan pembuatan proposal, bagian-bagian proposal, pentingnya memiliki kemampuan membuat proposal dan contoh aplikasi penggunaan proposal. Setelah program dilaksanakan pemuda dapat memiliki tambahan wawasan untuk memajukan kegiatan Karang Taruna Dusun.

### SIMPULAN

Pembuatan proposal merupakan salah satu kemampuan yang diperlukan untuk memajukan kegiatan PT Tempo Scan Pasifik TBK di Tanjung karang pusat, Bandar Lampung. Dengan memiliki kapabilitas dan kemampuan dalam pembuatan proposal maka pemuda akan mudah dalam mencari bantuan dana yang dapat mendukung kegiatan kegiatan yang ada di lingkungan PT Tempo Scan Pasifik TBK di Tanjung karang pusat, Bandar Lampung. Dengan adanya kegiatan pelatihan ini maka pemuda dapat memperkaya wawasan dan kemampuan mengenai pembuatan proposal.

### DAFTAR PUSTAKA

Muhammad Hasyim, Ganang (2014). "Pelatihan Pembuatan Proposal Kegiatan Pada Remajadusun Ngepuh Lor, Desa Banyusidi, Pakis, Magelang, Jawa Tengah". Tersedia (Daring), file:///C:/Users/ASUS/Downloads/7835-14556-1-PB%20(4).pdf. Di unduh pada 15 juni 2021, pukul 15.34 WIB.

SamhiSetiawan (2021). "Materi Proposal". Tersedia (Daring), <https://www.Gurupendidikan.co.id/pengertian-Proposal/>. Di unduh pada 15 juni 2021, pukul 15.56 WIB.

Ely Nuryani, Yuyun Rosmiati (2019). "Perancangan system informasi hasil produksi departemen decoration pada PT lung cheong brother industrial kragilan kabupaten serang". Tersedia

(Daring), <https://ejournal.lppm-unbaja.ac.id/index.php/saintek/article/view/442/190>. Di unduh pada 15 juni 2021, pukul 14.37 WIB.

Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 25-32.  
<https://www.temposcangroup.com/id/info-perusahaan>  
[merdeka.com/temposcangrup](https://www.temposcangroup.com/merdeka.com/temposcangrup).

