
**DAMPAK MERANCANG COMPANY PROFILE TERHADAP
UMKM COFFEE TOWN BAKERY**

***THE IMPACT OF DESIGNING A COMPANY PROFILE ON
COFFEE TOWN BAKERY MSMEs***

Nico Hadi¹, Johny Budiman²

¹⁻²Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

Korespodensi: ¹ nico.hadi08@gmail.com

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are businesses operated by individual business actors, households or small-scale business entities. Coffee Town Bakery is one of the MSMEs in Batam, founded by Mr Goh Cin Huak in 2018. The methods used in this service activity are observation and interviews. This service was also carried out because UMKM Coffee Town Bakery has been operating for approximately 5 years, but does not yet have a company profile, so this activity was created by designing a company profile in the form of a website and video to help partners build a company image.

Keywords : *MSMEs, Company Image, Company Profile*

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah bisnis yang dioperasikan oleh pelaku usaha secara individu, rumah tangga, ataupun badan usaha berskala kecil. Coffee Town Bakery merupakan salah satu UMKM yang berada di kota Batam yang didirikan oleh Bapak Goh Cin Huak pada tahun 2018. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini ialah observasi dan wawancara. Pengabdian ini juga dilakukan karena UMKM Coffee Town Bakery sudah beroperasi kurang lebih selama 5 tahun, namun belum memiliki *company profile* sehingga kegiatan ini dibuat dengan merancang *company profile* dalam bentuk website dan video untuk membantuk mitra dapat membangun citra perusahaan.

Kata Kunci : *UMKM, Citra Perusahaan, Company Profile*



1. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, teknologi informasi juga meningkat secara pesat sehingga dunia semakin bergantung pada teknologi informasi dalam mengelola sebuah bisnis (Wijoyo *et al.*, 2023). Teknologi informasi merupakan suatu teknologi yang berhubungan dengan pengelolaan data menjadi informasi dan penyaluran informasi (Romario *et al.*, 2022). Teknologi informasi juga dapat membantu masyarakat dan bisnis dalam menyampaikan dan menyebarkan informasi dari jarak jauh dengan cepat, dengan menyebarkan informasi di media sosial seperti instagram, facebook, tikok, dan yang lainnya sehingga masyarakat dapat mengetahui bisnis yang dilakukan dan pertumbuhan bisnis dapat meningkat (Budiharjo, 2020).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rusmiyatun *et al.*, (2023), Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah bisnis yang dioperasikan oleh pelaku usaha secara individu, rumah tangga, ataupun badan usaha berskala kecil. Sedangkan menurut penelitian Ernawatiningsih *et al.*, (2023), UMKM ialah perusahaan yang menghasilkan berbagai produk yang digunakan dalam berbagai aktivitas kehidupan atau lainnya.

Pada tahun 2018, Coffee Town Bakery didirikan oleh Bapak Goh Cin Huak yang berlokasi di Batam City Square Mall atau biasanya disebut sebagai BCS Mall di Kota Batam. UMKM ini juga merupakan bisnis yang bergerak di dalam bidang kuliner, dimana menawarkan berbagai varian roti manis dengan harga Rp 6.000/roti dengan produk, seperti: abon ayam pedas, abon roll, abon piramid, cheese roll, dan sebagainya.

Saat ini, UMKM Coffee Town Bakery telah beroperasi kurang lebih selama 5 (Lima) tahun, dimana telah terbagi di berbagai daerah di Kota Batam dengan jumlah 2 (Dua) sampai 5 (Lima) karyawan di masing-masing *outlet*, dengan lokasi: Sunli, Tanjung Piayu, Tanjung Uncang, Tembesi, Tiban Primart, Top 100 Jodoh, Union 1, Utama Hw, dan ada di berbagai mall yang ada di Kota Batam. UMKM ini telah menerapkan strategi pemasaran dengan membuka *outlet* di tempat yang strategis dan menggunakan sosial media seperti: Instagram dan facebook, hal ini dilakukan untuk dapat popularitas *brand image* pada UMKM. Namun belum tersedianya *Company profile*.

Menurut penelitian Hidayat dan Suwarno, (2023), *company profile* ialah memperkenalkan perusahaan kepada publik, meliputi informasi terbaru yang lengkap, penjelasan produk ataupun jasa yang ditawarkan. Sedangkan menurut penelitian Natasya *et al.*, (2023), *company profile* ialah alat bagi suatu perusahaan sebagai bahan informasi yang dapat disajikan untuk meningkatkan citra perusahaan.

Company profile juga menjadi salah satu prioritas di dunia bisnis, yang berfungsi untuk membangun citra perusahaan. Menurut penelitian Adiputra dan Hermawan,



(2020), Citra perusahaan ialah reputasi yang diberikan publik kepada sebuah perusahaan, dengan adanya reputasi yang baik dapat mencerminkan produk perusahaan memiliki kualitas yang baik.

Dengan adanya permasalahan yang ada, maka dari itu penulis berkeinginan membantu pihak UMKM untuk memiliki *company profile* dengan melaksanakan kerja praktek dengan judul “Merancang Company Profile di UMKM Coffee Town Bakery”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pelaku Usaha dan UMKM

Menurut Saiful Bahgia, et.al. (2023), Pelaku Usaha adalah sebagaimana tercantum dalam PP nomor 39 tahun 2021, yaitu, orang perseorangan atau badan usaha berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang menyelenggarakan kegiatan usaha di wilayah Indonesia. Sedangkan UMKM memiliki beberapa kriteria (Saiful Bahgia, et.al., 2023), Adapun kriteria tersebut adalah berdasarkan modal berikut ini :

1. Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
2. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan
3. Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

2.2 Definisi Company Profil

Menurut Sahira Humaira (2023), *Company profile* adalah produk tulisan praktisi PR yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya. Bahkan ada perusahaan yang memilih membuat *company profile* berdasarkan kepentingan publik sasaran. Ada *company*



profile yang dibuat khusus untuk konsumen (pelanggan), untuk bank, untuk pemerintah, pemasok dan sebagainya. Biasanya hal ini dilakukan oleh perusahaan besar yang mempunyai bidang usaha luas dan publik yang berbeda-beda.

Tujuan pembedaan company profile adalah untuk menciptakan kepuasan publik. Publik akan puas jika kepentingannya terpenuhi. Salah satunya adalah kepentingan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan tentang aktivitas perusahaan. Berikut disampaikan perbedaan kepentingan di antara publik.

2.3 Coffe Town Bakery

Menurut Explore Perjalanan. Com (2023), Coffee Town Bakery adalah toko roti dan kedai kopi yang populer di Batam. Toko roti ini memiliki berbagai macam roti manis dan gurih, serta berbagai macam kopi dan minuman lainnya. Roti manis yang ditawarkan oleh Coffee Town Bakery antara lain roti abon, roti sosis, roti keju, roti pandan, dan roti durian. Roti-roti ini dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan memiliki rasa yang lezat.

Roti gurih yang ditawarkan oleh Coffee Town Bakery antara lain roti paha ayam, roti kentang, roti isi daging, dan roti isi sayur. Roti-roti ini juga dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan memiliki rasa yang gurih. Kopi yang ditawarkan oleh Coffee Town Bakery antara lain kopi hitam, kopi susu, kopi latte, dan kopi cappuccino. Kopi-kopi ini dibuat dengan biji kopi berkualitas tinggi dan memiliki rasa yang nikmat.

Selain kopi, Coffee Town Bakery juga menawarkan berbagai macam minuman lainnya, seperti teh, jus, dan susu. Minuman-minuman ini juga dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan memiliki rasa yang menyegarkan. Coffee Town Bakery memiliki suasana yang nyaman dan ramah. Toko roti ini memiliki tempat duduk yang luas dan nyaman, serta staf yang ramah dan membantu.

Coffee Town Bakery adalah tempat yang ideal untuk bersantai dan menikmati hidangan lezat. Toko roti ini cocok untuk semua kalangan, mulai dari keluarga, pasangan, hingga teman-teman.



3. METODE

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, penulis melakukan pengumpulan data sehingga dapat merancang *company profile* dalam bentuk website dan video untuk membantu pihak Coffee Town Bakery. Metode yang digunakan dalam kegiatan kerja praktik pengabdian ini terbagi menjadi beberapa tahapan, sebagai berikut:

1. Tahap awal kegiatan ialah melakukan observasi ke lokasi UMKM untuk menentukan lokasi tempat kerja praktek. Menurut penelitian Hasibuan *et al.*, (2023), metode observasi ialah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan secara langsung ataupun tidak langsung dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan. setelah mendapatkan lokasi maka penulis melakukan pembahasan secara singkat kepada pihak mitra untuk mengetahui permasalahan yang ada di UMKM.
2. Tahap pelaksanaan, dimulai dari pengumpulan data-data dengan melakukan wawancara. Menurut penelitian Suprianto *et al.*, (2023), wawancara ialah komunikasi yang dilakukan antara dua atau lebih orang baik secara langsung maupun jarak jauh. Dengan adanya wawancara sehingga data yang diperlukan, penulis dapat merancang *company profile* dalam bentuk website dan video.
3. Pada tahap penilaian dan pelaporan, diawali dengan prosedur penyusunan kerja praktek, finalisasi proyek, evaluasi, penilaian dari atasan pihak UMKM Coffee Town Bakery, dan evaluasi dari dosen pembimbing.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini diawali dengan melakukan pertemuan dengan bapak Mohammad Rizwan untuk mengetahui permasalahan dan kondisi yang ada di UMKM Coffee Town Bakery dan mendapatkan izin sehingga kerja praktik pengabdian ini dapat dilakukan. Kegiatan selanjutnya penulis memberikan gambaran terkait *company profile* yang akan dibuat dalam bentuk website dan video kepada bapak Mohammad Rizwan. Tahap awal pembuatan *company profile* ialah mengumpulkan informasi dengan melakukan survey dan wawancara.



Tahap kedua setelah data *company profile* terkumpul, selanjutnya merancang *company profile* dalam bentuk website dan video yang terdiri dari beberapa bagian, sebagai berikut:

1) Website *company profile* Coffee Town Bakery

Website yang di rancang dapat diakses langsung melalui googlesites dengan link <https://sites.google.com/view/coffee-town-bakery/home>. Setelah memasuki website terdapat beberapa opsi yang disediakan.

- a. Menu “Home” berfungsi sebagai halaman utama memiliki informasi latar belakang usaha.
- b. Menu “About Us” berfungsi untuk memberikan informasi mengenai visi dan misi usaha.
- c. Menu “Our Porduct” berguna untuk memperlihatkan produk yang dipasarkan.
- d. Dan menu “Contact Us” bergua untuk memberikan jam operasional usaha, lokasi usaha, dan dapat memberikan pesan kepada pihak usaha.

2) Video *Company Profile* Coffee Town Bakery

Video yang dibuat menggunakan aplikasi Canva dan Vn, selanjutnya melakukan publikasikan di www.youtube.com sehingga dapat diberikan akses dari link yang diberikan.

Berikut merupakan hasil dari rancangan website dan video yang dilakukan dan bukti pemberian hasil rancangan yang dilakukan diberikan kepada Mohammad Rizwan selaku manager UMKM Coffee Town Bakery, sebagai berikut:

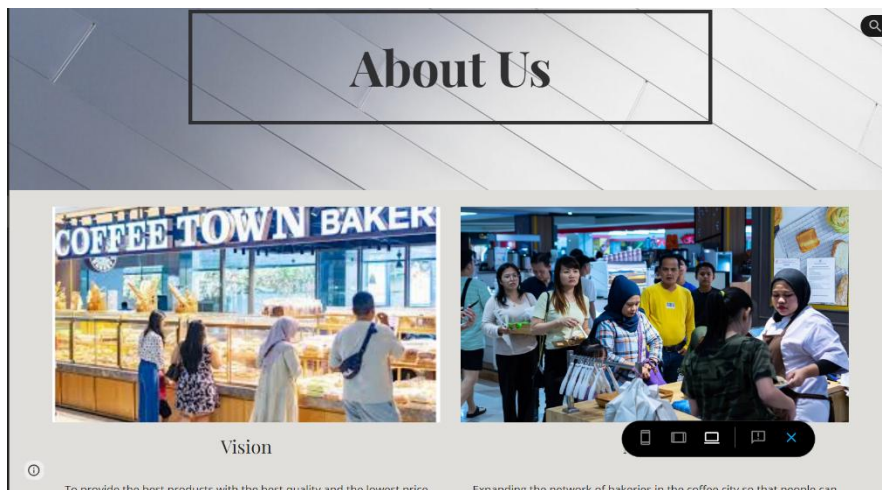
Pada Gambar 1. dibawah ini, menunjukan hasil *output* rancangan website yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini, dengan halaman *home*, yang berfungsi tentang informasi latar belakang UMKM Coffee Town Bakery.



Gambar 1. Hasil output website menu home

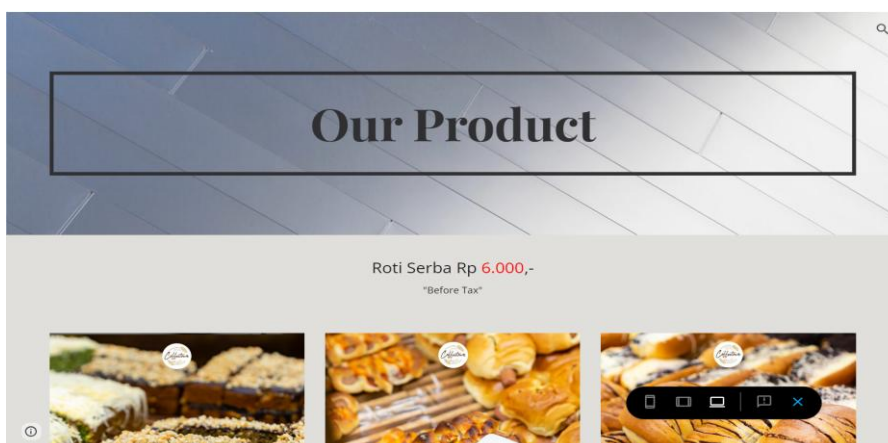


Pada Gambar 2. dibawah ini, menunjukan hasil *output* rancangan website yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini, dengan halaman *about us* yang berfungsi untuk memberikan informasi visi dan misi pada UMKM Coffee Town Bakery.



Gambar 2. Hasil output website menu about us

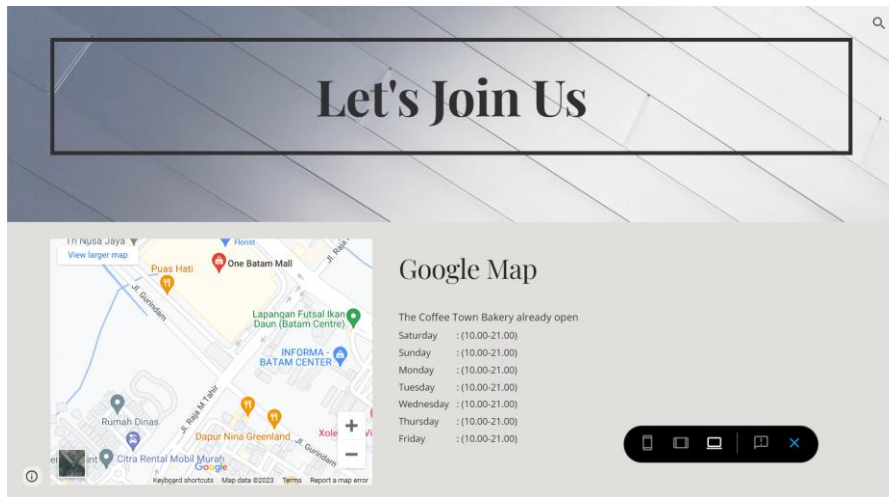
Pada Gambar 3. dibawah ini, menunjukan hasil *output* rancangan website yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini, dengan halaman *our product* yang berfungsi untuk memberikan informasi terkait harga yang dipasarkan dan memperkenalkan produk yang ada di UMKM Coffee Town Bakery.



Gambar 3. Hasil output website menu our product



Pada Gambar 4. dibawah ini, menunjukkan hasil *output* akhir dari rancangan website yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini, dengan halaman *contact us* yang berfungsi untuk memberikan informasi lokasi dan jam operasional UMKM Coffee Town Bakery, serta pada bagian ini juga terdapat forms yang dapat berfungsi untuk melakukan kontak dengan pihak UMKM.



Gambar 4. Hasil output website menu contact us

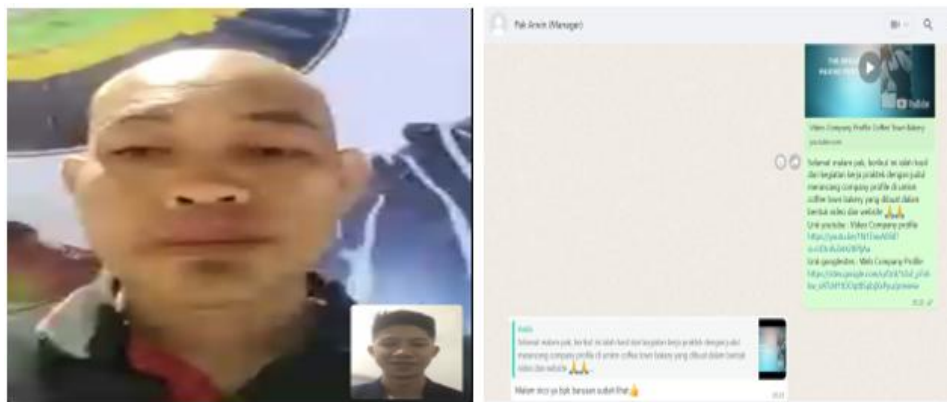
Pada Gambar 5. dibawah ini, menunjukkan hasil *output* dari pembuatan video *company profile* yang dibuat melalui aplikasi Canva dan di edit melalui aplikasi Vn.



Gambar 5. Hasil output video company profile



Pada Gambar 6. dibawah ini, menunjukkan bukti foto dan penyerahan hasil rancangan dari kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan judul merancang *company profile* di UMKM Coffee Town Bakery kepada Bapak Mohammad Rizwan yang merupakan manager dari pihak UMKM Coffee Town Bakery.



Gambar 6. Bukti foto dan pemberian rancangan company profile

5. KESIMPULAN

Simpulan yang didapatkan ini ialah *company profile* sangat penting bagi suatu bisnis, dimana dapat membantu suatu bisnis untuk membangun citra perusahaan. Pada kegiatan kerja praktik pengabdian ini dilakukan untuk membantu UMKM Coffee Town Bakery memiliki *company profile* dalam bentuk website dan video, Pada website *company profile* dibuat melalui www.google.com, terdiri dari beberapa halaman seperti: halaman *home*, *about us*, *our product*, dan *contact us* yang berfungsi untuk memberikan informasi yang benar, akurat, dan terbaru di UMKM Coffee Town Bakery. Sedangkan video *company profile* dibuat menggunakan aplikasi Canva dan Vn, video ini dibuat bertujuan untuk memberikan informasi mengenai proses pembuatan produk yang ada di UMKM.

Dengan adanya website dan video *company profile* yang di rancang untuk pihak UMKM Coffee Town Bakery dapat digunakan untuk membangun reputasi bisnis dengan cara pihak UMKM Coffee Town Bakery mencantumkan link website dan video



yang diberikan di sosial media seperti instagram, facebook, dan lainnya. Sehingga banyak masyarakat dapat mengetahui informasi bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, I. G., & Hermawan, A. (2020). The effect of corporate social responsibility, firm size, dividend policy and liquidity on firm value: Evidence from manufacturing companies in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(6), 325–338.
- Bahagia, S., Hasbi., & Hamdani. (2023). PEMANFAATAN FASILITAS SERTIFIKAT HALAL JALUR SELF DECLARE UNTUK PELAKU USAHA MIKRO DAN KECIL DI ACEH. (2023). *JURNAL KREASI RAKYAT*, 1(3), 209- 236. <https://jurnal.kreyatcenter.com/index.php/jkr/article/view/41>
- Budiharjo, R. (2020). The Effect of Capital Stucture on Firm Value with Profitability as a Moderating Variable. *Journal of Business and Management*, 22(4), 27–33. <https://doi.org/10.9790/487X-2204062733>
- Ernawatiningsih, N. P. L., Dewi, N. K. S. J., & Handayani, N. P. R. (2023). Upaya Peningkatan Eksistensi Dan Menjaga Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Desa Sembung. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 95–99.
- Explepembelajaran.com (2023). [GuideME](#)
- Hasibuan, P., Azmi, R., Arjuna, D. B., & Rahayu, S. U. (2023). Analisis Pengukuran Temperatur Udara Dengan Metode Observasi Analysis of Air Temperature Measurements Using the Observational Method. *Gabdimas*, 1(1), 8–15. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Humaira, S. (2023). *PRODUKSI MEDIA PUBLIC RELATION (MODUL PERKULIAHAN)*. Jakarta : Universitas Esa Unggul.
- Hidayat, S., & Suwarno, J. (2023). Media Berbentuk Video Company Profile. *Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 1(1), 29–38. <https://journal.widyakarya.ac.id/index.php/seniman-widyakarya/article/view/91/93>
- Natasya, P., Fadillah, N., Rizal Gaffar, M., Bisnis, A., Administrasi, J., Politeknik, N., & Bandung, N. (2023). Perancangan Dan Pembuatan Company Profile Berbasis Website Menggunakan Cms Wordpress Pada Kafe Kajja Korean Street Food Di Garut. *Applied Business and Administration Journal*, 2, 91–99.



- Romario, F. De, Rangga, Y. D. P., & Erlin, Y. (2022). Pengaruh Kinerja Pegawai Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan keuangan (Studi Kasus Pada Badan Pengelola Keuangan Dan Aset Daerahkabupaten Sikka). *Journal Accounting, 1*, 45–53.
- Rusmiyatun, Firdaus, & Adi, S. (2023). Kajian Tata Kelola UMKM Kabupaten Purworejo Menuju Daya Saing Internasional. *Jurnal Bingkai Ekonomi, 8*(2), 29–36.
- Suprianto, Fadlan, M., & Prayogi, D. (2023). Perancangan Aplikasi Point of Sale Berbasis Web Pada. *Jurnal Sebatik, 25*(2), 624–631.
- Wijoyo, A., Ichsani, D., Chotimah, I. N., & Pratama, N. (2023). Pengaruh sistem informasi terhadap efisiensi operasional perusahaan. *TEKNOBIS: Jurnal Teknologi, Bisnis, Dan Pendidikan, 1*(2), 1–8. <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/teknobis %7C>

