

Penerapan *Company Profile* pada Usaha Jeni Cuci Motor

¹I Gusti Ayu Desi Saryanti, ²I Gusti Ngurah Ady Kusuma, ³Rosalia Hadi, ⁴Siti Nuraini,
⁵Pusar Marudut G, ⁶Ni Putu Nanik Handayanti, ⁷Gusti Ayu Aghivirwiati

Institusi Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali^{1,2,3,4,5,6,7}

*Email: desi@stikom-bali.ac.id

ABSTRAK

Banyaknya jumlah sepeda motor menyebabkan semakin meningkatkan jumlah permintaan jasa pencucian kendaraan. Jasa pencuci motor dapat ditemui di berbagai tempat. Maraknya bisnis ini membuat persaingan bisnis jasa pencuci motor begitu ketat bagaimana setiap pemilik usaha harus benar-benar mempromosikan usahanya dengan tepat. Mitra dalam kegiatan ini adalah Bapak I Ketut Ary Subagia yang merupakan pemilik dari jasa pencucian motor tersebut. Pemasaran yang dilakukan pada saat ini hanya berbagi informasi dengan lingkungan sekitar dan memasang tulisan pada pintu gerbang rumah. Hal tersebut sangat tidak menarik apalagi lokasi tempat pencucian motor berada di belakang dan tidak terlihat dari jalan raya. Untuk menangani permasalahan tersebut maka penulis memberikan sebuah solusi dengan membuat suatu identitas yang dimiliki oleh perusahaan berupa *company profile* dalam hal ini melingkupi desain logo, desain papan nama usaha, desain brosur, desain *banner* dan desain *voucher* pencucian motor agar usaha lebih terlihat menarik dan memiliki ciri khas tersendiri. Metode evaluasi kegiatan yang dilakukan pada pengabdian masyarakat ini adalah dengan memberikan kuesioner kepada mitra terkait dengan penerapan *company profile* yang telah diimplementasikan. Berdasarkan hasil kuesioner tersebut menyatakan bahwa kegiatan pengabdian ini sudah berjalan dengan baik.

Kata kunci: UMKM, Transformasi Digital, Pemasaran, Cuci motor

ABSTRACT

The large number of motorbikes causes an increase in the number of requests for vehicle washing services. Motorcycle washing services can be found in various places. The rise of this business has made competition in the motorbike washing service business so tight that every business owner must really promote his business appropriately. The partner in this activity is Mr. I Ketut Ary Subagia who is the owner of the motorbike washing service. The marketing that is currently being done is only sharing information with the surrounding environment and putting up writing on the gate of the house. This is very unattractive, especially since the location of the motorbike wash is at the back and cannot be seen from the main road. To deal with this problem, the author provides a solution by creating an identity owned by the company in the form of a company profile, which in this case includes logo design, business nameplate design, brochure design, banner design and motorbike wash voucher design so that the business looks more attractive and has distinctive characteristics separately. The method for evaluating activities carried out in this community service is by providing questionnaires to partners regarding the implementation of the company profile that has been implemented. Based on the results of the questionnaire, it was stated that this service activity had gone well.

Key words: UMKM, Digital Transformation, Marketing, Motorbike washing

PENDAHULUAN

Sepeda motor merupakan salah satu kendaraan yang terpopuler di Indonesia sampai dengan saat ini. Sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang digerakkan oleh mesin yang berroda dua sebagai penggerak. Sepeda motor sangat umum dipergunakan diberbagai negara termasuk di Indonesia sebagai media transportasi masyarakat untuk menjalankan aktivitasnya. Hal ini karena motor biasanya lebih murah daripada mobil, lebih mudah untuk diparkir, dan dapat lebih mudah bergerak melalui kemacetan lalu lintas. Menurut Badan Pusat Statistik data yang terakhir muncul adalah pada tahun 2021 jumlah sepeda motor sudah mencapai 120.042.298 kendaraan angka tersebut menunjukkan betapa besarnya kebutuhan masyarakat terhadap kendaraan bermotor. Dengan banyaknya jumlah sepeda motor maka akan meningkat pula jumlah permintaan jasa pencucian kendaraan dimana banyak masyarakat yang enggan mencuci kendaraannya sendiri. Jasa pencuci motor dapat ditemui di berbagai tempat. Hampir di setiap kawasan bisnis ini dapat ditemui. Maraknya bisnis ini membuat persaingan bisnis jasa pencuci motor begitu ketat bagaimana setiap pemilik usaha harus benar-benar mempromosikan usahanya dengan tepat.

Dalam menjalankan suatu usaha perlu adanya suatu identitas tempat usaha yang menjadi ciri khas dari perusahaan. *Company profile* merupakan identitas yang dibentuk guna membedakan antara perusahaan satu dengan yang lainnya. Tujuan dari *company profile* selain menjadi media promosi juga sebagai media edukasi bagi pembaca atau calon klien (Ningsih & Oemar 2021). *Company profile* memiliki peranan penting bagi perusahaan untuk menampilkan profesionalisme dan mengangkat citra baik perusahaan. Di dalamnya memberikan gambaran tentang profil perusahaan visi dan misi, juga produk atau jasa yang

ditawarkan (Kris Nathan, 2016). *Company profile* merupakan representasi umum dari perusahaan yang memberikan informasi tentang profil perusahaan, produk, layanan, dan keunggulan yang dimiliki (Hazanah 2022).

Dalam hal ini usaha pencucian motor akan dibuatkan *company profile* di lingkup desain logo, desain papan nama usaha, desain brosur, desain *banner* dan desain *voucher* pencucian motor. Dikarenakan pada saat ini tempat usaha pencucian motor ini memang sama sekali tidak memiliki identitas usaha hanya menuliskan nama tempat cuci motor pada pintu gerbang. Hal ini menyebabkan kurang menariknya mekanisme promosi yang dilakukan apa lagi tempat usaha tersebut berada di belakang toko. Dimana dalam suatu usaha promosi merupakan salah satu dari strategi pemasaran. Strategi promosi sendiri memiliki tiga sifat yaitu komunikatif, insentif dan mengundang atau mengajak. Insentif untuk mempengaruhi pelanggan melalui keunggulan produk atau jasa yang ditawarkan (Sodexo, 2020).

Adapun pemilik usaha yang diajak bekerjasama dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu Bapak I Ketut Ary Subagia yang merupakan pemilik dari jasa pencucian motor tersebut. Alamat pemilik UKM berada di kawasan Banjar Umasari, Jalan Nangka Selatan no. 161 Denpasar. Jarak yang ditempuh dalam melaksanakan pengabdian masyarakat ini kurang lebih 15 menit serta sepanjang 6.6 km dari lokasi pengusul pengabdian masyarakat. Metode pemasaran yang dilakukan pada saat ini hanya berbagi informasi dengan lingkungan sekitar dan memasang tulisan pada pintu gerbang rumah. Hal tersebut sangat tidak menarik apalagi lokasi tempat pencucian motor berada di belakang dan tidak terlihat dari jalan raya. Dari segi pendapatan pun mitra tidak menentu setiap bulannya. Pendapatan yang didapat selama ini kisaran 300-500 ribu setiap bulannya.

Kisaran pelanggan yang datang setiap harinya mencapai 2-3 orang pelanggan untuk melakukan pencucian motor. Bapak Ketut Ary bekerja sendiri jika ada pelanggan yang mencuci motor dikarenakan pada saat ini jumlah kunjungan masih bisa ditangani sendiri dan belum sanggup untuk membayar pegawai untuk membantu beliau. Jika target meningkat setiap harinya tentunya tingkat pelayanan akan ditingkatkan dengan mencari pegawai yang membantu pekerjaan mitra agar hasil dan kepuasan pelanggan lebih optimal. Identitas yang merupakan cerminan dari suatu usaha belum sama sekali dimiliki oleh mitra untuk itu akan dibuatkan *company profile* dalam hal ini melingkupi desain logo, desain papan nama usaha, desain brosur, desain *banner* dan desain *voucher* pencucian motor agar usaha lebih terlihat menarik dan memiliki ciri.



Gambar 1. Tempat Usaha Mitra

RUMUSAN MASALAH

Adapun rumusan masalah yang dilihat dari analisis yang telah dilakukan adalah:

1. Diperlukannya *company Profile* untuk mitra agar UKM memiliki ciri khas yang dapat membedakan dari perusahaan lainnya melingkupi desain logo, desain papan nama usaha, desain brosur, desain baner dan desain *voucher* pencucian motor.
2. Mitra tidak memiliki peralatan pendukung yang maksimal seperti hanphone, papan nama dan alat-alat pencucian motor dalam mendukung usaha.

3. Sampai dengan saat pengusul melakukan diskusi, mitra belum pernah ada pelatihan maupun sosialisasi yang terkait dengan *company profile*.

METODE

1. **Evaluasi Kegiatan** adapun evaluasi kegiatan yang dilakukan terhadap permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah:



Gambar 2. Rencana Kegiatan

Pada rencana kegiatan tersebut ada beberapa tahapan yang telah dilakukan pada kegiatan ini dimana pada tahap awal dilakukan sosialisasi kepada mitra terkait dengan *company profile* yang akan diberikan kepada mitra fungsi, kegunaan serta manfaat yang nantinya akan dihasilkan. Setelah memberikan sosialisasi terkait dengan kegiatan tersebut maka mitra akan diberikan bantuan berupa alat sesuai dengan kebutuhan dari mitra. Pengimplementasian *company profile* dilakukan dengan membuat desain logo, desain papan nama usaha, desain brosur, desain *banner* dan desain *voucher* pencucian motor sesuai dengan hasil diskusi saat dilakukan sosialisasi. Untuk menunjang kegiatan tersebut akan dibuatkan juga media sosial facebook sebagai sarana promosi berbasis digital. Tahapan terakhirnya adalah evaluasi dimana melihat keberhasilan dari program yang diberikan kepada mitra dalam pengabdian masyarakat ini.

2. **Partisipasi Mitra** adapun partisipasi dan kontribusi yang mitra ikuti selama

kegiatan pengabdian masyarakat berlangsung adalah:

- a. Peran yang mitra miliki adalah sebagai pengusul ide-ide yang akan diberikan.
- b. Memberikan pendapat serta masukan terhadap pelatihan yang akan diberikan.
- c. Menggambarkan permasalahan yang dihadapi selama usaha tersebut berjalan.
- d. Bersedia memberikan masukan terkait dengan desain logo, *banner*, papan nama yang akan diberikan.

3. Evaluasi Pelaksanaan Program dan Keberlanjutan Program

Tahap evaluasi kegiatan akan dilaksanakan setelah kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan yaitu pelatihan pemanfaatan *company profile* dalam hal ini yaitu desain logo, desain *banner*, desain papan nama dan brosur.

PEMBAHASAN

1. Pelatihan Pemanfaatan *Company Profile*

Berikut ini merupakan beberapa dokumentasi yang dilakukan pada saat dilaksanakannya pelatihan penggunaan *company profile* yang nantinya akan digunakan oleh UKM Jeni Cuci Motor sebagai ciri khas yang dimiliki oleh usaha jeni cuci motor agar lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas. Berikut beberapa dokumentasi yang dilakukan saat pelatihan.



Gamabr 3. Pelatihan *company profile*



Gambar 4. Pemanfaatan *company profile*

2. Hasil Pelatihan Pemanfaatan *Company Profile*

Adapun hasil yang telah diperoleh dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

a. Desain Logo

Pada penerapan desain logo yang akan digunakan oleh mitra dalam *company profile* dimana pada mulanya pemilik usaha tidak memiliki logo usaha.



Gambar 5. Desain Logo Usaha

b. Desain Papan Nama Usaha

Desain papan nama usaha ini dilengkapi dengan alamat serta kontak yang dapat dihubungi oleh pelanggan.



Gambar 6. Desain Papan Nama Usaha

c. Desain Brosur

Berikut merupakan desain brosur yang dapat digunakan oleh mitra untuk menyebarkan informasi



Gambar 7. Desain Brosur

d. Desain Banner

Berikut adalah desain *Banner* yang digunakan di tempat usaha yang bias menjadi identitas dari pemilik UKM.



Gambar 8. Desain banner

e. Desain Voucher Pencucian Motor

Desain *Voucher* yang dapat digunakan oleh mitra sebagai bukti transaksi pencucian motor. Dimana pada *voucher* tersebut juga tertera promosi untuk memikat pengguna jasa.



Gambar 9. Desain Voucher

3. Penyerahan Alat Kepada Mitra

Berikut adalah dokumentasi dari pengusul saat menyerahkan beberapa alat yang nantinya dapat mendukung usaha dari pencucian motor milik mitra. Diharapkan dengan penyerahan beberapa bantuan alat ini dapat membantu mengoptimalkan proses dari proses pencucian motor.

a. Penyerahan Handphone

Bantuan berupa handphone diberikan karena selama ini mitra tidak memiliki

alat komunikasi. Berdasarkan program yang diberikan dimana diharapkan memperluas jangkauan pasar sehingga disediakan juga layanan cuci kerumah pelanggan.



Gambar 10. Penyerahan Handphone

b. Penyerahan Jet Cleaner

Bantuan alat berupa jet cleaner portabel diharapkan membantu mitra dengan layanan pencucian kendaraan ke rumah pelanggan sehingga pelayanan lebih optimal.



Gambar 11. Penyerahan Jet Cleaner

c. Penyerahan Peralatan cuci

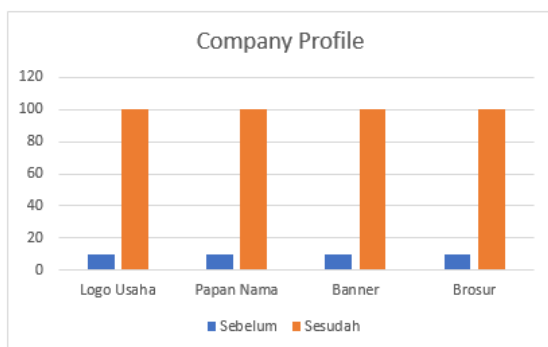
Bantuan peralatan cuci ini diberikan sebagai pelengkap alat-alat yang sebelumnya dimiliki yang dapat dikatakan masih terbatas.



Gambar 12. Penyerahan Perlengkapan Cuci

4. Luaran Kegiatan

- a. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini capaian yang sudah dihasilkan adalah berupa penerapan *company profile* pada UKM Jeni Cuci Motor dimana pada awalnya mitra tidak memiliki identitas apapun yang terkait dengan usaha yang dimiliki namun dengan diberikannya pelatihan penerapan *company profile* pada UKM maka sekarang UKM sudah memiliki desain logo, desain papan nama usaha, desain brosur, desain *banner* dan desain *voucher* pencucian motor yang dimana di sana sudah tertera kontak yang dapat dihubungi jika misalkan ada pelanggan yang ingin mencuci motor di rumah (*Home Service*). Selain itu pemasangan papan nama usaha dan *banner* juga sudah terpasang sebagai media informasi dan pemasaran. Maka dari itu 100% kegiatan tersebut sudah tercapai.
- b. Peserta memiliki *company profile*. Berikut merupakan grafik dari ketercapaian luaran pengabdian masyarakat dengan mengukur keefektivitasan dari *company profile* yang telah diberikan kepada mitra:

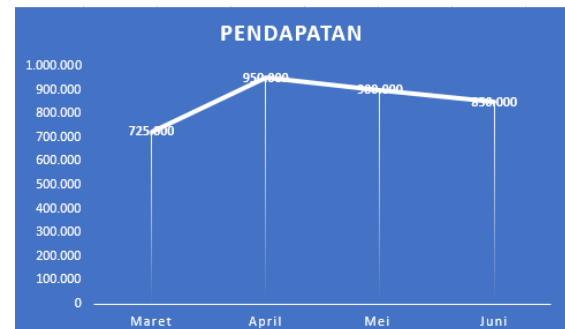


Gambar 13. Grafik Pemanfaatan *Company Profile*

Berdasarkan grafik di atas, menunjukkan adanya peningkatan dari 4 kategori yang diberikan dalam pengembangan *company profile* yaitu pembuatan logo usaha, papan nama usaha, *banner* dan brosur. Peningkatan terjadi pada keseluruhan kategori yang diberikan di mana pada awalnya UKM belum memiliki logo usaha, papan

nama, *banner* serta logo usaha namun kini mitra sudah memiliki sehingga 100% keempat kategori tersebut memiliki peningkatan.

- c. Grafik hasil pendapatan dari mitra. Pada grafik ini ditampilkan hasil dari pendapatan mitra selama empat bulan terakhir. Di mana dari hasil grafik tersebut terdapat pendapatan yang tidak sama setiap bulannya.



Gambar 14. Grafik Pendapatan Mitra

SIMPULAN

Dari laporan kemajuan pengabdian kepada masyarakat ini, maka dapat disimpulkan bahwa

1. Dihasilkan pemanfaatan *company profile* dalam pengabdian masyarakat. Dalam hal ini *company profile* yang telah dihasilkan dapat dipergunakan sebagai identitas perusahaan supaya memiliki ciri khas tersendiri.
2. Dalam *company profile* ini dihasilkan desain logo, desain papan nama usaha, desain brosur, desain *banner* dan desain *voucher* pencucian motor.
3. UKM Jeni Cuci Motor kini sudah memiliki papan nama usaha, *banner* yang telah terpasang pada tempat pencucian motor serta peralatan pencucian yang mudah untuk di bawa ke rumah-rumah pelanggan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ary Subagia sebagai mitra yang sudah bersedia bekerjasama dalam kegiatan ini, dan Rektor ITB STIKOM Bali yang telah memberikan kesempatan dan pendanaan demi terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini

DAFTAR PUSTAKA

Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI.

Kris Nathan, W. R. 2016. "Perancangan *Company Profile* Biro Iklan dan Media Pendukungnya yang Mampu Meningkatkan Image Dan Profesionalisme Biro Iklan di Mata Pelaku Bisnis di Surabaya". Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna, Vol1, No 8.

Ningsih, Oemar. 2021. "Perancangan *Company Profile* PT Wiradecon Multi Berkah Sebagai Media Promosi". Jurnal Barik, Vol. 2 No. 3. e-ISSN : 2745-1195

Hasanah, N., Wahid, F., & Firmansyah A. (2022). Perancangan *Company Profile* Berbasis Web Sebagai Sarana Pemasaran pada PT Kontraktor. Jurnal Teknik Informatika, 10(1), 45-56

Sodexo. 2020. "Mengenal Lebih Jauh Tentang Promosi Penjualan Bisnis" diakses pada tanggal 28 Desember 2020, dari <https://www.sodexo.co.id/promosi-penjualan-untuk-bisnis/>.