

Pembuatan *Company profile* pada PT Win Keramindo Jaya

¹⁾Hesniati*, ²⁾Ellen

^{1,2)}Manajemen, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

Email Corresponding: hesniati@uib.edu

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Profil Perusahaan Menarik Informatif Sosial Media Promosi	PT Win Keramindo Jaya merupakan perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan, melakukan jual beli dengan produk utama alat pemanas air tenaga surya, dan produk pendukung lainnya dan berlokasi di Kota Batam. Perusahaan didirikan sejak tahun 2002 tetapi selama ini perusahaan masih belum memiliki profil perusahaan. sehingga perusahaan tidak ada alat untuk memperkenalkan usahanya tanpa perlu menjelaskan, dan alat untuk meningkatkan citra perusahaan atau meningkatkan kepercayaan calon pelanggan. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah membuat profil perusahaan pada PT Win Keramindo Jaya sesuai standar, yakni menarik dan informatif yang dapat memberikan informasi kepada calon pelanggan secara jelas mengenai PT Win Keramindo Jaya. Metode yang digunakan dalam mengatasi permasalahan pada ini adalah membuat profil perusahaan dengan aplikasi desain grafis Canva, yang dibuat dalam tiga format yakni PDF, video, dan cetak. Serta membantu PT Win Keramindo Jaya dalam menyebarkan dan melakukan promosi profil perusahaan yang telah dibuat melalui akun sosial media PT Win Keramindo Jaya youtube dan Instagram. Luaran yang dihasilkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini bukan hanya profil perusahaan, dibuat juga panduan praktis perancangan profile perusahaan dengan aplikasi desain grafis Canva, agar kedepannya dapat diinovasi lagi profil perusahaannya. Setelah dibuat profil perusahaan, PT Win Keramindo Jaya sangat terbantu dalam membagikan informasi perusahaan kepada calon pelanggannya secara langsung.
Keywords: <i>Company profile</i> Appealing Informative Social Media Promote	ABSTRACT PT Win Keramindo Jaya is a trading company based in Batam City, specializing in the buying and selling of solar water heaters as its main product, along with other supporting products. The company was established in 2002, but until now, it has not had a <i>company profile</i> . As a result, the company lacks a tool to introduce its business without the need for lengthy explanations and a means to enhance its corporate image or build trust with potential customers. The objective of this community service activity is to create a standardized <i>company profile</i> for PT Win Keramindo Jaya that is both appealing and informative, providing clear information about the company to potential customers. The method used to address this issue is the creation of a <i>company profile</i> using the graphic design application Canva. The profile is produced in three formats: PDF, video, and print. Additionally, assistance is provided to PT Win Keramindo Jaya in disseminating and promoting the created <i>company profile</i> through the company's social media accounts on YouTube and Instagram. The outcomes of this community service activity not only include the <i>company profile</i> but also a practical guide for designing <i>company profiles</i> using the Canva graphic design application, allowing for future innovations in the company's profile. After the <i>company profile</i> is created, PT Win Keramindo Jaya greatly benefits from being able to directly share information about the company with its potential customers.

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Saat ini perusahaan yang bergerak pada bidang perdagangan sangat ketat akan persaingan dan perkembangan, kemajuan akan teknologi dan informasi yang membuat semua menjadi semakin mudah dan terkoneksi, maka bidang perdagangan sudah banyak sekali dilakukan dengan memperkenalkannya melalui sosial media (Ningsih & Oemar, 2021). Agar dapat tetap bersaing dan bertahan akan persaingan yang semakin ketat, maka diperlukan cara operasi yang lebih modern dan jelas, dan pemberian informasi yang jelas dan tepat

merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan agar pelanggan semakin percaya akan produk dan perusahaan tersebut (Wahyuni, 2023).

Keberlangsungan suatu perusahaan tergantung dari bagaimana cara mengoperasikannya, agar suatu perusahaan dapat semakin dikenal oleh lebih banyak masyarakat, maka tentu perlu memiliki suatu alat. Salah satu alat yang dapat dipakai adalah *company profile* (Jamalullail et al., 2022). *Company profile* merupakan pengenalan yang dibagikan dari perusahaan tersebut akan berbagai informasi, meliputi visi, misi, tujuan, dan asal usul atau sejarah perusahaan tersebut (Ningsih & Oemar, 2021).

Company profile adalah wajah resmi suatu perusahaan dan menjadi alat komunikasi strategis yang berperan penting dalam memperkenalkan diri kepada calon pelanggan, mitra bisnis, dan investor (Akbar & Maulana, 2022). Dokumen ini menyajikan informasi dasar seperti sejarah, visi, misi, dan nilai-nilai inti, serta berfungsi sebagai instrumen branding untuk membangun dan memperkuat citra merek dengan pesan positif yang konsisten (Jasmine & Loen, 2020). Selain menjadi panduan bagi pihak eksternal, *company profile* juga berperan sebagai sarana komunikasi internal, memberikan referensi bagi karyawan untuk memahami tujuan perusahaan, nilai-nilai, dan budaya kerja (Dewi Astuti et al., 2023), sehingga meningkatkan keterlibatan karyawan dan memperkuat identitas perusahaan (Fauji & Sabri, 2021). Dalam konteks pengambilan keputusan, *company profile* menjadi sumber informasi krusial bagi investor dan mitra bisnis potensial. Informasi keuangan, struktur organisasi, dan proyek-proyek yang telah dilakukan menjadi landasan bagi pemangku kepentingan untuk membuat keputusan yang lebih informasional dan terukur (Wahyuni, 2023). Dengan demikian, *company profile* bukan hanya sebagai dokumen formal, melainkan elemen vital dalam strategi komunikasi perusahaan yang membentuk persepsi dan hubungan yang kokoh dengan berbagai pemangku kepentingan (Yellonita et al., 2023).

PT Win Keramindo Jaya merupakan kegiatan usaha yang bergerak dibidang perdagangan. PT Win Keramindo Jaya yang didirikan sejak tahun 2002 dan berlokasi di Komplek Inti Sakti Blok E No. 09, Jalan Raja Ali Haji, Nagoya, Kota Batam memiliki visi untuk menjadi perusahaan dagang terpercaya di dalam negeri, dengan misi memperdagangkan produk unggul dan berkualitas tinggi sesuai standar dan memberikan pelayanan prima kepada seluruh pelanggan.

PT Win Keramindo Jaya perlu mengembangkan usahanya dalam bidang promosi atau meningkatkan cara dalam mengenalkan produk-produk unggulannya kepada masyarakat dan meningkatkan citra perusahaan (Wahyuni, 2023). Dikarenakan PT Win Keramindo Jaya belum memiliki *company profile* yang merupakan informasi dasar dan lengkap mengenai suatu perusahaan dan bertujuan sebagai gambaran singkat yang bisa mewakili citra suatu usaha dalam menciptakan pemahaman yang tepat mengenai bisnis yang dijalankan (Islamiati et al., 2021), dimana informasi tersebut dikemas dengan menarik supaya dilirik oleh para pelanggan dan calon pelanggan (Riski et al., 2023).

Tujuan adanya program pengabdian “Pembuatan *company profile* di PT Win Keramindo Jaya” penulis mengharapkan bahwa PT Win Keramindo Jaya dapat meningkatkan citra perusahaan dan produk-produk yang ditawarkan dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Profil perusahaan yang telah dibuat dapat dipergunakan sebaik mungkin oleh PT Win Keramindo Jaya baik secara softcopy maupun hardcopy karena bentuk format yang dibuat oleh penulis mempermudah *company profile* PT Win Keramindo Jaya untuk diedarkan kepada masyarakat. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan pemasaran kepada PT Win Keramindo Jaya, sekaligus menyadari pentingnya profil dari suatu usaha dalam membangun merek dan menjalankan bisnis yang sukses.

II. MASALAH

PT Win Keramindo Jaya mengalami beberapa permasalahan dalam menghadapi persaingan dalam melakukan promosi yang bertujuan untuk peningkatan pengenalan masyarakat terhadap perusahaan dan produk-produk yang ditawarkan.

1. Sumber daya terbatas: perusahaan kecil atau usaha mikro memiliki keterbatasan dalam sumber daya, termasuk uang, waktu, atau manusia. Membuat suatu *company profile* dapat memakan waktu dan biaya, terutama jika perusahaan tidak memiliki tim pemasaran yang besar.
2. Kurangnya keterampilan dan pengetahuan: perusahaan belum memiliki staf yang memiliki keterampilan atau pengetahuan dalam desain grafis atau penulisan profesional, maka pembuatan *company profile* dapat menjadi tugas yang menantang.

Oleh karena itu, sebagai peneliti akan membantu PT Win Keramindo Jaya dalam meningkatkan citra perusahaan dan menunjukkan produk-produk unggul yang ditawarkan kepada masyarakat (Wahyuni, 2023) melalui pembuatan *company profile* dalam bentuk portable document format (PDF) agar dapat dicetak dan dalam bentuk video, dengan judul laporan **“Pembuatan *company profile* pada PT Win Keramindo Jaya”**.

Lingkup dari laporan “Pembuatan *company profile* pada PT Win Keramindo Jaya” ini akan mencakup sejumlah inisiatif yang bertujuan untuk menjadi solusi permasalahan atau tantangan yang dihadapi. Penulis berdedikasi untuk membuat luaran *company profile* dalam bentuk format PDF, video, dan cetak, juga panduan praktis perancangan *company profile* dengan aplikasi desain grafis *canva*. Yang bermanfaat untuk inovasi selanjutnya untuk staff PT Win Keramindo Jaya.



Gambar 1. Lokasi PT Win Keramindo Jaya

III. METODE

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam melaksanakan kegiatan program pengabdian ke PT Win Keramindo Jaya yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi data yang diambil merupakan data primer (Hartono, 2018). Perolehan data dilakukan oleh penulis dengan PT Win Keramindo Jaya dalam mencapai tujuan akhir kegiatan pengabdian ini yang dapat membantu permasalahan usaha. Dalam memperoleh data primer ini, terdiri dari tiga teknik yang digunakan, yaitu:

1. Observasi, merupakan kegiatan pengamatan langsung atau memperhatikan hal-hal yang hendak dicari atau diketahui, kegiatan memperhatikan sesuatu objek dengan menggunakan alat indera, observasi dilakukan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, raba, dan mengecap (Muhyi et al., 2018). Kegiatan pengumpulan data atau informasi melalui teknik observasi yang dilakukan penulis pada PT Win Keramindo Jaya dilakukan dengan cara rekaman gambar dan rekaman suara.
2. Wawancara, merupakan metode mengumpulkan informasi atau data dengan keterangan secara lisan melalui proses komunikasi secara langsung dan berhadapan dengan narasumber, wawancara merupakan teknik yang digunakan selanjutnya ketika teknik observasi selesai dilaksanakan (Muhyi et al., 2018). Penulis melakukan wawancara secara langsung dan melalui whatsapp mengenai *company profile*, masalah, maksud, dan tujuan yang hendak dicapai oleh PT Win Keramindo Jaya dalam kegiatan program ini.
3. Dokumentasi, dalam melaksanakan kegiatan pengumpulan data dengan teknik dokumentasi, penulis mengumpulkan alat-alat yang akan digunakan untuk mendukung kegiatan dokumentasi, penulis menggunakan alat tulis untuk mencatat informasi-informasi yang penting dan berguna untuk proses pembuatan *company profile*, serta penulis menggunakan kamera untuk melakukan pemotretan terhadap objek dan subjek yang hendak digunakan dalam proses pembuatan *company profile* PT Win Keramindo Jaya.

Berikut adalah tahapan-tahapan yang dilaksanakan dalam proses pembuatan *company profile* PT Win Keramindo Jaya (Wibowo & Manelsi, 2021):

1. Tahap pertama yang dilakukan oleh penulis adalah melakukan kunjungan ke lokasi mitra PT Win Keramindo Jaya, guna lebih memahami kegiatan usaha yang dilakukan oleh perusahaan, serta melakukan observasi dan mempelajari usaha mitra agar program dikerjakan mencapai sasaran dan tujuan dengan tepat sesuai kebutuhan perusahaan.
2. Tahap kedua, melakukan wawancara dan diskusi dengan pihak PT Win Keramindo Jaya untuk mengumpulkan informasi perusahaan yang dibutuhkan dalam pembuatan *company profile* yang diinginkan.
3. Tahap ketiga, mempelajari syarat-syarat dan ketentuan yang diperlukan dalam proses pembuatan *company profile* suatu perusahaan agar sesuai dengan standar dan mencapai tujuan yang diinginkan. Serta menentukan luaran yang akan dihasilkan.
4. Tahap keempat, melakukan kunjungan beberapa kali ke PT Win Keramindo Jaya untuk melakukan kegiatan dokumentasi terhadap objek dan subjek usaha, dan data dari kegiatan tersebut akan digunakan dalam *company profile*.
5. Tahap kelima, merancang dan membuat *company profile* PT Win Keramindo Jaya dari data-data yang telah dikumpulkan. Buat luaran tersebut dalam format PDF dan video singkat.
6. Kemudian, dilakukan juga diskusi pada pihak PT Win Keramindo Jaya, dan melakukan beberapa revisi untuk finalisasi *company profile*.
7. Tahap keenam, hasil luaran *company profile* dalam format PDF dan video PT Win Keramindo Jaya akan disebarluaskan melalui akun sosial media, kemudian akan dilakukan pencetakan untuk dipajang pada PT Win Keramindo Jaya.
8. Tahap selanjutnya, membuat panduan praktis pembuatan *company profile* untuk PT Win Keramindo Jaya agar panduan ini kedepannya dapat digunakan oleh sumber daya manusia perusahaan. Serta, melakukan sosialisasi dan memberikan arahan pada SDM perusahaan tersebut agar kedepannya mampu dan dapat dilakukan inovasi pada *company profile* yang telah dibuat.
9. Tahap terakhir, penulis menyusun laporan pelaksanaan kegiatan program pembuatan *company profile* pada PT Win Keramindo Jaya, dan disusun juga dalam bentuk artikel untuk dipublikasikan pada jurnal berstandar sinta.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perancangan Luaran Kegiatan

Penulis merancang *company profile* menggunakan aplikasi *canva* yaitu alat bantu desain grafis. *Company profile* PT Win Keramindo Jaya dirancang dalam tiga format, yakni format PDF, video, dan cetak. Berikut merupakan hasil luaran kegiatan yang diimplementasikan pada PT Win keramindo Jaya:



Gambar 2. Halaman Cover PT Win Keramindo Jaya

Halaman pertama pada *company profile*, adalah sampul atau *cover*, pada halaman ini berisi informasi nama perusahaan, dan detail mengenai alamat lokasi perusahaan, dan kontak yang dapat dihubungi.



TABLE OF CONTENTS	
1	About Company
2	Organization Structure
3	Vision Mission
4	Our Product
5	Our Service
6	Clients Feedback

Gambar 3. Halaman Tabel Isi PT Win Keramindo Jaya

Halaman kedua adalah daftar isi, tujuan halaman ini adalah memberi gambaran atau garis besar kepada para pembaca tentang pokok pembahasan dalam *company profile* PT Win Keramindo Jaya.



Gambar 4. Halaman Profil PT Win Keramindo Jaya

Halaman ketiga, menunjukkan profil atau deskripsi secara singkat tentang identitas PT Win Keramindo Jaya agar dapat dikenal oleh calon pelanggan, bahwa perusahaan ini bergerak pada bidang apa.



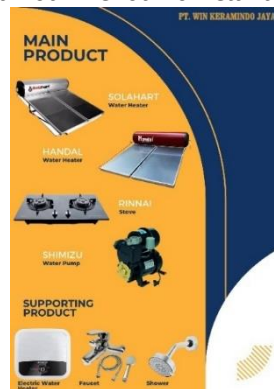
Gambar 5. Halaman Struktur Organisasi PT Win Keramindo Jaya

Halaman keempat, adalah informasi dasar suatu perusahaan yaitu mengenai struktur organisasi PT Win Keramindo Jaya. Struktur organisasi perusahaan sangat membantu karyawan dalam mencapai tujuan/target.



Gambar 6. Halaman Visi Misi PT Win Keramindo Jaya

Halaman kelima, merupakan informasi visi dan misi yang hendak dicapai oleh PT Win Keramindo Jaya, yang merupakan informasi dasar perusahaan dan hendak diketahui oleh calon pelanggan.



Gambar 7. Halaman Informasi Produk PT Win Keramindo Jaya

Halaman keenam, berisi informasi mengenai produk utama dan produk pendukung yang dijual oleh PT Win Keramindo Jaya.



Gambar 8. Halaman Informasi Layanan PT Win Keramindo Jaya

Halaman ketujuh, berisi informasi mengenai layanan yang dapat diterima oleh calon pelanggan yang melakukan pembelian produk pada PT Win Keramindo Jaya.



Gambar 9. Halaman Ulasan Pelanggan PT Win Keramindo Jaya

Halaman kedelapan menunjukkan informasi mengenai ulasan pelanggan yang pernah melakukan pembelian produk PT Win Keramindo Jaya.



Gambar 10. Halaman Belakang PT Win Keramindo Jaya

Halaman terakhir ini, merupakan halaman belakang dari *company profile* PT Win Keramindo Jaya, yaitu berisi informasi dasar perusahaan.

Company profile agar dapat terlihat lebih menarik dan dapat di unggah dalam media sosial berbasis video, seperti youtube. Penulis juga merancang *company profile* PT Win Keramindo Jaya dalam format berbentuk video. Pengeditan sama dengan format PDF, menggunakan aplikasi desain grafis canva ditambah dengan fitur transisi pada video. *Company profile* format video dibuat dalam durasi 50 detik, durasi yang sesuai dengan standar sosial media agar unggahan tidak terlalu lama dan terkesan membosankan, dapat menarik calon pelanggan untuk membacanya.



Gambar 11. Hasil Luaran *Company profile* PT Win Keramindo Jaya Video

Company profile PT Win Keramindo Jaya dibuat juga dalam format hardcopy atau cetak agar para pelanggan yang berkunjung secara langsung ke lokasi usaha juga dapat secara langsung melihat dan membaca

company profile yang sudah dirancang. Hal ini akan sangat membantu perusahaan untuk memperkenalkan usaha yang dijalankannya kepada pelanggan



Gambar 12. Hasil Luaran *Company profile* PT Win Keramindo Jaya Cetak

Setiap tahapan dan langkah dalam merancang *company profile* akan dirangkum dan dijelaskan secara terperinci, dibuat dalam buku panduan praktis perancangan *company profile* untuk PT Win Keramindo Jaya. Tujuan dalam pembuatan panduan praktis ini, agar kedepannya PT Win Keramindo Jaya dapat melakukan inovasi untuk *company profile* baru yang hendak dirancang. Panduan praktis ini akan sangat membantu para staff PT Win Keramindo Jaya, karena sebagai ilmu tambahan juga hal baru yang dapat dipelajari, guna keberlangsungan perusahaan yang lebih baik.

PANDUAN PRAKTIS PERANCANGAN COMPANY PROFILE DENGAN APLIKASI DESAIN GRAFIS "CANVA" UNTUK PT WIN KERAMINDO JAYA

Petunjuk Merancang *Company Profile* PT Win Keramindo Jaya dengan Aplikasi Desain Grafis "Canva"

1.1. **Prinsip-prinsip Merancang "Canva"**

Canva adalah platform desain grafis yang memungkinkan pengguna untuk membuat berbagai jenis materi visual, termasuk profil perusahaan, poster, presentasi, media sosial, dan banyak lagi. Aplikasi ini dirancang untuk memudahkan orang yang tidak memiliki keterampilan desain grafis profesional untuk membuat konten visual yang menarik dan profesional. Berikut beberapa fitur utama Canva, meliputi:

1. **Templat.** Canva menyediakan berbagai templat yang dapat disesuaikan untuk berbagai jenis proyek desain. Pengguna dapat memilih templat yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan mengubahnya sesuai dengan preferensi.
2. **Elemen desain.** Canva menyediakan berbagai elemen desain, seperti gambar, ikon, bentuk, dan font, yang dapat digunakan pengguna untuk memperindah proyek mereka.
3. **Kolaborasi tim.** Platform ini memungkinkan kolaborasi tim, di mana beberapa pengguna dapat bekerja bersama-sama pada satu proyek. Hal ini berguna untuk proyek yang melibatkan tim atau kelompok kerja.
4. **Pengaturan gambar dan video.** Canva menyediakan akses ke berbagai gambar dan video, sehingga pengguna dapat dengan mudah menemukan dan memasukkan elemen visual ke dalam mereka.
5. **Fitur ekspor.** Pengguna dapat mengunduh desain mereka dalam berbagai format, seperti gambar, PDF, video, atau presentasi slide.

1.2. **Prosedur Merancang "Canva"**

Prosedur merancang Canva meliputi beberapa langkah yang harus diikuti pengguna untuk membuat desain yang menarik dan profesional. Langkah-langkah tersebut meliputi:

1. **Memilih templat.** Pengguna harus memilih templat yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Templat yang tersedia di Canva sangat beragam, mulai dari desain sederhana hingga yang lebih kompleks.
2. **Menyusun layout.** Setelah memilih templat, pengguna harus menyusun layout desain mereka. Hal ini melibatkan penempatan elemen-elemen desain yang berbeda dalam desain.
3. **Menyusun konten.** Setelah layout selesai, pengguna harus memasukkan konten ke dalam desain. Ini dapat berupa teks, gambar, atau video.
4. **Menyempurnakan desain.** Setelah konten dimasukkan, pengguna harus menyempurnakan desain mereka. Hal ini melibatkan penyesuaian warna, font, dan elemen lainnya.
5. **Menyimpan dan berbagi.** Setelah selesai, pengguna dapat menyimpan desain mereka dan membagikannya dengan orang lain.

1.3. **Langkah-langkah Merancang *Company Profile* PT Win Keramindo Jaya dengan Aplikasi "Canva"**

Langkah-langkah merancang *Company Profile* PT Win Keramindo Jaya dengan aplikasi Canva meliputi:

1. **Menyusun layout.** Pengguna harus memilih templat yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Templat yang tersedia di Canva sangat beragam, mulai dari desain sederhana hingga yang lebih kompleks.
2. **Menyusun konten.** Setelah memilih templat, pengguna harus menyusun layout desain mereka. Hal ini melibatkan penempatan elemen-elemen desain yang berbeda dalam desain.
3. **Menyusun konten.** Setelah layout selesai, pengguna harus memasukkan konten ke dalam desain. Ini dapat berupa teks, gambar, atau video.
4. **Menyempurnakan desain.** Setelah konten dimasukkan, pengguna harus menyempurnakan desain mereka. Hal ini melibatkan penyesuaian warna, font, dan elemen lainnya.
5. **Menyimpan dan berbagi.** Setelah selesai, pengguna dapat menyimpan desain mereka dan membagikannya dengan orang lain.

1.4. **Penyusunan Layout**

Penyusunan layout adalah proses mengatur elemen-elemen desain dalam desain. Hal ini melibatkan penempatan elemen-elemen desain yang berbeda dalam desain. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan fitur drag-and-drop yang tersedia di Canva.

1.5. **Penyusunan Konten**

Penyusunan konten adalah proses memasukkan konten ke dalam desain. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan fitur teks, gambar, dan video yang tersedia di Canva.

1.6. **Penyempurnakan Desain**

Penyempurnakan desain adalah proses menyempurnakan desain yang telah dibuat. Hal ini melibatkan penyesuaian warna, font, dan elemen lainnya. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan fitur edit yang tersedia di Canva.

1.7. **Menyimpan dan Berbagi**

Menyimpan dan berbagi adalah proses menyimpan desain yang telah dibuat dan membagikannya dengan orang lain. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan fitur unduh dan berbagi yang tersedia di Canva.

1. **Prinsip-prinsip Merancang "Canva"**

Canva adalah platform desain grafis yang memungkinkan pengguna untuk membuat berbagai jenis materi visual, termasuk profil perusahaan, poster, presentasi, media sosial, dan banyak lagi. Aplikasi ini dirancang untuk memudahkan orang yang tidak memiliki keterampilan desain grafis profesional untuk membuat konten visual yang menarik dan profesional. Berikut beberapa fitur utama Canva, meliputi:

1. **Templat.** Canva menyediakan berbagai templat yang dapat disesuaikan untuk berbagai jenis proyek desain. Pengguna dapat memilih templat yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan mengubahnya sesuai dengan preferensi.
2. **Elemen desain.** Canva menyediakan berbagai elemen desain, seperti gambar, ikon, bentuk, dan font, yang dapat digunakan pengguna untuk memperindah proyek mereka.
3. **Kolaborasi tim.** Platform ini memungkinkan kolaborasi tim, di mana beberapa pengguna dapat bekerja bersama-sama pada satu proyek. Hal ini berguna untuk proyek yang melibatkan tim atau kelompok kerja.
4. **Pengaturan gambar dan video.** Canva menyediakan akses ke berbagai gambar dan video, sehingga pengguna dapat dengan mudah menemukan dan memasukkan elemen visual ke dalam mereka.
5. **Fitur ekspor.** Pengguna dapat mengunduh desain mereka dalam berbagai format, seperti gambar, PDF, video, atau presentasi slide.

1.2. **Prosedur Merancang "Canva"**

Prosedur merancang Canva meliputi beberapa langkah yang harus diikuti pengguna untuk membuat desain yang menarik dan profesional. Langkah-langkah tersebut meliputi:

1. **Memilih templat.** Pengguna harus memilih templat yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Templat yang tersedia di Canva sangat beragam, mulai dari desain sederhana hingga yang lebih kompleks.
2. **Menyusun layout.** Setelah memilih templat, pengguna harus menyusun layout desain mereka. Hal ini melibatkan penempatan elemen-elemen desain yang berbeda dalam desain.
3. **Menyusun konten.** Setelah layout selesai, pengguna harus memasukkan konten ke dalam desain. Ini dapat berupa teks, gambar, atau video.
4. **Menyempurnakan desain.** Setelah konten dimasukkan, pengguna harus menyempurnakan desain mereka. Hal ini melibatkan penyesuaian warna, font, dan elemen lainnya.
5. **Menyimpan dan berbagi.** Setelah selesai, pengguna dapat menyimpan desain mereka dan membagikannya dengan orang lain.

1.3. **Langkah-langkah Merancang *Company Profile* PT Win Keramindo Jaya dengan Aplikasi "Canva"**

Langkah-langkah merancang *Company Profile* PT Win Keramindo Jaya dengan aplikasi Canva meliputi:

1. **Menyusun layout.** Pengguna harus memilih templat yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Templat yang tersedia di Canva sangat beragam, mulai dari desain sederhana hingga yang lebih kompleks.
2. **Menyusun konten.** Setelah memilih templat, pengguna harus menyusun layout desain mereka. Hal ini melibatkan penempatan elemen-elemen desain yang berbeda dalam desain.
3. **Menyusun konten.** Setelah layout selesai, pengguna harus memasukkan konten ke dalam desain. Ini dapat berupa teks, gambar, atau video.
4. **Menyempurnakan desain.** Setelah konten dimasukkan, pengguna harus menyempurnakan desain mereka. Hal ini melibatkan penyesuaian warna, font, dan elemen lainnya.
5. **Menyimpan dan berbagi.** Setelah selesai, pengguna dapat menyimpan desain mereka dan membagikannya dengan orang lain.

1.4. **Penyusunan Layout**

Penyusunan layout adalah proses mengatur elemen-elemen desain dalam desain. Hal ini melibatkan penempatan elemen-elemen desain yang berbeda dalam desain. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan fitur drag-and-drop yang tersedia di Canva.

1.5. **Penyusunan Konten**

Penyusunan konten adalah proses memasukkan konten ke dalam desain. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan fitur teks, gambar, dan video yang tersedia di Canva.

1.6. **Penyempurnakan Desain**

Penyempurnakan desain adalah proses menyempurnakan desain yang telah dibuat. Hal ini melibatkan penyesuaian warna, font, dan elemen lainnya. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan fitur edit yang tersedia di Canva.

1.7. **Menyimpan dan Berbagi**

Menyimpan dan berbagi adalah proses menyimpan desain yang telah dibuat dan membagikannya dengan orang lain. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan fitur unduh dan berbagi yang tersedia di Canva.

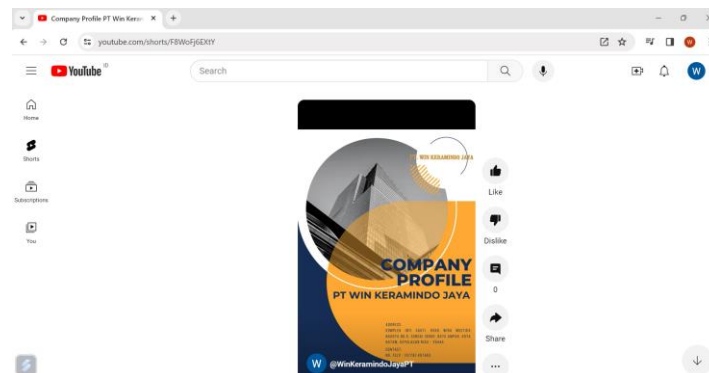


2. Kondisi Setelah Implementasi

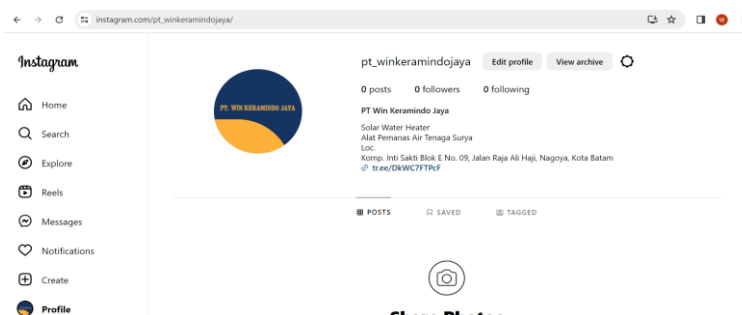
Berdasarkan proses implementasi luaran *company profile* untuk PT Win Keramindo Jaya. Terdapat beberapa manfaat yang dirasakan yakni, sebagai berikut:

1. Luaran *company profile* yang dirancang dalam format PDF, sangat membantu perusahaan dalam memperkenalkan usahanya kepada pelanggan-pelanggan baru. Ada pelanggan yang menghubungi PT Win Keramindo Jaya, dan tidak perlu penjelasan panjang lebar, staff perusahaan langsung dapat mengirimkan *company profile*. Dengan adanya luaran ini, perusahaan semakin dipermudah dalam pemberian informasi usahanya kepada pelanggan, dan menarik kepercayaan pelanggan yang semakin tinggi.
2. Luaran *company profile* yang dirancang dalam format video, dapat digunakan oleh PT Win Keramindo Jaya untuk melakukan promosi kedalam media sosial yang berbasis video, seperti youtube ataupun instagram.
3. Luaran *company profile* yang dirancang dalam format hardcopy atau cetakan. Adanya luaran format cetak ini, PT Win Keramindo Jaya dapat memajangkannya secara langsung atau yang disebut offline di tempat usahanya. Dikarenakan sesuai informasi dari staff PT Win Keramindo Jaya, bahwa seringkali pelanggan secara langsung melakukan transaksi pembelian produk dengan langsung mengunjungi lokasi usaha, oleh karena itu dengan adanya *company profile* format cetak, akan sangat membangun citra perusahaan.
4. Luaran panduan praktis perancangan *company profile* PT Win Keramindo Jaya. Panduan praktis ini dipelajari dan disimpan oleh staff PT Win Keramindo Jaya untuk kedepannya dapat dijadikan acuan dalam merancang *company profile* yang lebih inovatif dan informatif.

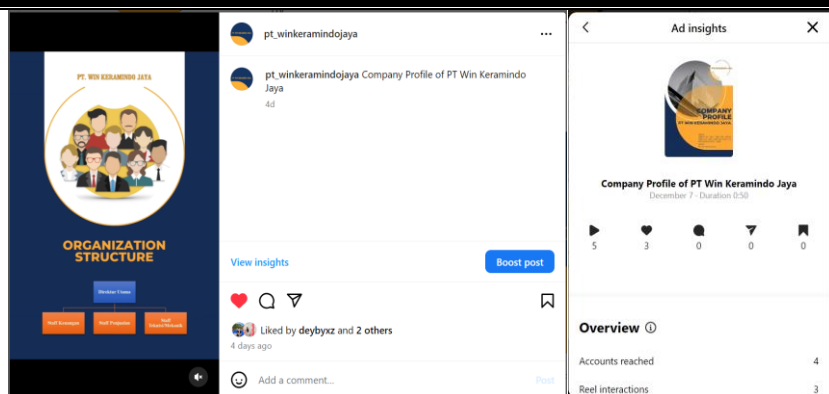
Luaran berupa *company profile* PT Win Keramindo Jaya dalam bentuk format PDF, video, dan cetak dimanfaatkan dengan sangat baik oleh PT Win Keramindo Jaya. Hasil luaran dimasukkan kedalam sosial media, seperti: youtube dan Instagram. Berikut adalah bukti hasil implementasi kedalam sosial media PT Win Keramindo Jaya.



Gambar 15. Hasil Implementasi *Company profile* di Sosial Media Baru Youtube



Gambar 16. Hasil Implementasi *Company profile* di Sosial Media Baru Instagram



Gambar 17. Bukti Implementasi Pemasangan Iklan *Company profile* di Sosial Media Instagram

Untuk kegiatan pemasarannya, dilakukan pemasangan iklan atau ads pada akun sosial media Instagram, pemasangan dicoba dengan nominal Rp150.000,- karena akun sosial media juga merupakan akun baru bagi PT Win Keramindo Jaya.

V. KESIMPULAN

PT Win Keramindo Jaya merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan, dan salah satu produk utama yang diperjual-belikan adalah alat pemanas air tenaga surya. PT Win Keramindo Jaya tidak memiliki *company profile* dalam menunjang kegiatan operasional perusahaannya, atau untuk membantu memperkenalkan, sekaligus menciptakan citra perusahaan yang semakin baik. Permasalahan ini diidentifikasi oleh penulis, kemudian penulis dengan pihak staff PT Win Keramindo Jaya memutuskan untuk merancang *company profile*. *Company profile* yang dirancang harus sesuai standar, yakni bersifat inovatif dan informatif. Proses implementasi yang dilaksanakan menghasilkan luaran *company profile* dalam format bentuk PDF, video, cetak, dan panduan praktis perancangan *company profile* dengan aplikasi desain grafis canva. Hasil dan luaran yang dicapai ini sangat membantu PT Win Keramindo Jaya dalam hal memperkenalkan usahanya kepada calon pelanggan, melakukan promosi, hingga menciptakan citra perusahaan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Melalui proses pengabdian yang telah dilakukan dan diimplementasi hingga saat ini, penulis dapat merasakan dampak bahwa PT Win Keramindo Jaya dipermudah dengan adanya hasil luaran *company profile* yang dihasilkan dalam bentuk PDF, video, dan cetak. Penulis berharap PT Win Keramindo Jaya dapat terus menggunakan *company profile* ini untuk kebutuhan operasional perusahaannya, dan tujuan awal yang didiskusikan dapat tercapai, seperti: memperkenalkan perusahaan kepada calon pelanggan, melakukan promosi, menciptakan citra perusahaan yang semakin baik, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Penulis berharap luaran panduan praktis perancangan *company profile* PT Win Keramindo Jaya dapat dipelajari dengan baik, untuk terus melakukan inovasi terhadap *company profile* yang telah dirancang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. R., & Maulana, A. (2022). Perancangan company profile Arh Construction Group. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 4, 51–56. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i2.56>
- Dewi Astuti, T., Mutiara Ahmad Pabulo, A., Wahyu Setyaningsih, P., Studi Akuntansi, P., Ekonomi, F., & Mercu Buana Yogyakarta, U. (2023). Pembuatan Company Profile untuk Gula Kelapa Kulon Progo Berbasis Website. *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Pendidikan Dan Teknologi Masyarakat*, 1(1), 37–41. <https://dedikasi.net/index.php/dedikasi/article/view/14>
- Fauji, M., & Sabri, M. (2021). Perancangan Company Profile Berbasis Website Sebagai Media Promosi YV Decoration Medan. *Jurnal FSD*, 2(1), 153–162.
- Islamiati, Y., Jatmika, A. H., & Wahyudi, F. (2021). Pembuatan Sistem Informasi Company Profile Berbasis Website SMPN 4 GUNUNGSARI. *Jurnal Begawe Teknologi Informasi (JBegaTI)*, 2(2), 126–137. <https://doi.org/10.29303/jbegati.v2i2.461>
- Jamalullail, A. F. T., Pramesti, R. D., & Muchliyanto. (2022). Perancangan Buku Company Profile PD Apei Dki Jakarta. *Prosiding Seminar Nasional Tetamekraf*, 1(2), 2022.

- Jasmine, A., & Loen, R. B. (2020). Penggunaan Video Company Profile sebagai Sarana Informasi dan Meningkatkan Promosi pada PT Avoir Industry. *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 2(2), 125–132. <https://doi.org/10.35746/jtim.v2i2.100>
- Ningsih, Y. A., & Oemar, E. A. B. (2021). Perancangan Company Profile PT Wiradecon Multi Berkah Sebagai Media Promosi. *Jurnal Barik*, 2(3), 97–110. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Riski, R., Dzulkarnain, A., Lidiawaty, B. R., Taruna, A., Wibowo, S., Setyaningtitah, A. P., Puspitasari, A. A., & Ningsih, Y. W. (2023). Pengabdian kepada masyarakat berbasis pengembangan penelitian pada sebuah perusahaan konstruksi. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 7(4), 2–7.
- Wahyuni, S. (2023). Pembuatan Company Profile dan PPDB online di SMK Islam Al Amin Cikarang Bekasi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Cahaya Mandalika*, 4(1), 2722–2824. <http://ojs.cahayamandalika.com/index.php/abdimandalika/issue/archive>
- Yellonita, V., Nugroho, S. H., & Maheni, M. R. R. T. (2023). Penerapan Teori Design Thinking terhadap Perancangan Company Profile Digital PT. *Meditera Global Teknologi*. 01(01), 39–50.