

PENYUSUNAN COMPANY PROFIL DALAM UPAYA MEMPERLUAS PASAR PADA KAMPUNG TEMATIK CIBAGOR KELURAHAN MLATIHARJO**Sulistiyorini¹, Any Setyarini², Yohana Agusrina³**

^{1,2,3}Program S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang, Semarang,
E-mail: ¹sulistiyorini@usm.ac.id ²ririnrashya@gmail.com ³yohanaagusrina@usm.sc.id,

Abstrak

Pengabdian kepada Masyarakat didasari dengan Kurangnya pengetahuan pelaku usaha kampung tematik cibagor dalam membuat company profil yang menarik. Dalam membangun wirausaha yang kreatif di kampung tematik cibagor diperlukan profil usaha yang menarik agar mudah di kenali dan mudah untuk memberikan citra, ekuitas dan pengetahuan terhadap usaha bawang goreng tersebut, pelaku usaha yang tercatat di kampung tematik cibagor yang memiliki usaha berjumlah 12 pelaku usaha, namun belum semua memiliki profil untuk usaha. Tujuan pengabdian masyarakat adalah. Meningkatkan pemahaman pelaku usaha kampung tematik cibagor dalam membuat profil usaha yang menarik. Menumbukan minat pelaku usaha kampung tematik cibagor dalam mempromosikan produk melalui company profil. Meningkatkan promosi networking melalui company profil dan dampaknya pada peningkatan penjualan pelaku usaha kampung tematik cibagor. Hasil dan Luaran yang diharapkan dari Pengabdian kepada Masyarakat di paguyuban UMKM Mlatibaru dapat menerapkan Memperoleh pengetahuan dan pemahaman pelaku usaha kampung tematik cibagor dalam membuat profil usaha yang menarik. Termotivasi dalam membuat dan mempromosikan produk melalui company profil yang menarik. Meningkatkan penjualan dan memperluas jaringan pemasaran melalui company profil pada pelaku usaha kampung tematik cibagor.

Kunci: Pelaku Usaha, Penyusunan Company Profil, Perluasan Pasar.

Abstract

Community service is based on the lack of knowledge of Cibagor thematic village business actors in creating an attractive company profile. In building creative entrepreneurship in the Cibagor thematic village, an attractive business profile is needed so that it is easy to recognize and easy to provide image, equity and knowledge of the fried onion business. There are 12 registered business actors in the Cibagor thematic village who have businesses, however not everyone has a profile for business. The aim of community service is. Increase understanding of Cibagor thematic village business actors in creating attractive business profiles. Cultivate the interest of Cibagor thematic village business actors in promoting products through company profiles. Increasing networking promotions through company profiles and its impact on increasing sales of Cibagor thematic village business actors. Expected results and outcomes from community service in the Mlatibaru MSME association can be applied. Gaining knowledge and understanding of Cibagor thematic village business actors in creating an attractive business profile. Motivated in creating and promoting products through an attractive company profile. Increase sales and expand marketing networks through company profiles on Cibagor thematic village business actors.

Key: Business Actors, Company Profile Preparation, Market Expansion.

1. PENDAHULUAN

Kelurahan Mlatiharjo merupakan salah satu dari 177 Kelurahan di Kota Semarang yang terletak di Kecamatan Semarang Timur dengan luas wilayah Kelurahan Mlatiharjo kurang lebih

64.,71 km²/Ha , terbagi 6 RW dan 41 RT. Batas Wilayah sebelah utara (Kelurahan Kemijen), sebelah timur (Kelurahan Kaligawe), sebelah selatan (Kelurahan Bugangan), sebelah barat (Kelurahan Mlatibaru). Kelurahan Mlatiharjo terdiri dari 41 Rukun Tetangga (RT) dan 6 Rukun Warga (RW) memiliki data kependudukan sejumlah kepala keluarga yaitu 1697 KK dengan jumlah penduduk laki-laki yaitu 2.954 orang, dan jumlah perempuan 3.011 orang. Kemudian penduduk menurut usia 0-6 tahun sebesar 262 orang, usia 7-12 tahun sebesar 293 orang, usia 13-18 tahun sebesar 344 orang, usia 19-24 tahun sebesar 343 orang, usia 25-55 tahun sebesar 261 orang, usia 56-79 tahun sebesar 310 orang dan usia 80 tahun keatas sebesar 46 orang. Mata pencaharian di Kelurahan Mlatiharjo buruh industry, buruh bangunan, pengrajin / industry kecil, dan pengusaha sedang / besar.

Globalisasi yang mendorong kemajuan ilmu pengetahuan dan perkembangan teknologi terutama teknologi informasi telah menumbuhkan jiwa *entrepreneur* dan sangat penting untuk ditumbuhkan di dalam jiwa seseorang. Terlebih jika jiwa *entrepreneur* itu ditanamkan sejak dini. Berdirinya suatu usaha itu bukan hal yang instan atau langsung. Banyak kisah pengusaha sukses berawal dari dirintisnya usaha sejak kecil hingga bisa berkembang dengan pesat dan sukses. Salah satu cara untuk meningkatkan jumlah wirausaha yang ada di Indonesia adalah dengan mendorong masyarakat untuk berwirausaha

Kampung Tematik merupakan salah satu inovasi Pemerintah Kota Semarang untuk mengatasi permasalahan pemenuhan kebutuhan dasar utamanya pada peningkatan kualitas lingkungan rumah tinggal warga miskin dan prasarana dasar permukiman. Kampung Tematik merupakan titik sasaran dari sebagian wilayah Kelurahan yang dilakukan perbaikan dengan memperhatikan beberapa hal sebagai berikut :

- a. Mengubah lokasi kumuh menjadi tidak kumuh / peningkatan / perbaikan kondisi lingkungan.
- b. Peningkatan penghijauan wilayah yang intensif.
- c. Pelibatan partisipasi masyarakat secara aktif.
- d. mengangkat potensi sosial dan ekonomi masyarakat setempat (pemberdayaan)

Pelibatan partisipasi masyarakat beserta lembaga – lembaga yang ada bertujuan untuk membangun trademark / karakteristik lingkungan melalui peningkatan / pengembangan potensi - potensi lokal yang dimiliki di wilayah tersebut.

Potensi – potensi tersebut dapat berupa :

- a. Usaha masyarakat yang dominan dan menjadi mata pencaharian pokok sebagian besar warga di wilayah tersebut.
- b. Karakter masyarakat yang mendidik (budaya, tradisi, kearifan lokal).
- c. Masyarakat dan lingkungan yang sehat.
- d. Home industri ramah lingkungan. Kerajinan masyarakat.
- e. Ciri khas setempat yang lebih kuat / tidak dimiliki kampung lain dan bisa menjadi ikon wilayah.

Manfaat dan dampak Kampung Tematik :

1. Pemenuhan dan peningkatan sarana dan prasarana lingkungan (fasum dan fasos) yang lebih baik, dan tertata,
2. Pertumbuhan dan peningkatan ekonomi lokal yang berpotensi meningkatkan pendapatan keluarga,
3. Mendukung trademark wilayah tersebut menjadi ikonik, dapat memberikan pengaruh positif pada warga setempat seperti perubahan mindset dan perilaku warga, keberdayaan masyarakat,
4. Diharapkan juga dapat memberikan pengaruh positif dan daya tarik (magnet) bagi kampung-kampung lainnya di Kelurahan tersebut maupun Kelurahan lainnya agar terpicu dan terpacu untuk mewujudkan tematik serupa,

5. Munculnya titik – titik kunjungan baru di setiap Kecamatan / Kelurahan yang tidak semuanya tersentral di tingkat Kota (terbangunnya sentra-sentra, rumah galeri) yang mendukung pengembangan potensi dan ikon Kota Semarang,
6. Diharapkan dapat menggugah Para Pemberi CSR untuk mereplikasi Kampung Tematik di Kampung / Kelurahan wilayah lain.

Kampung tematik Cibagor terletak di Jl. Cimandiri 8 RT 02 RW 02 Kelurahan Mlatiharjo, Semarang Timur. Oleh Pemkot Semarang, kampung ini ditetapkan sebagai kampung tematik bawang goreng. Sedikitnya ada 10 warga yang memiliki usaha bawang goreng. Salah satunya Ibu Sunarti. Ibu sunarti yang pertama kali membuat bawang goreng di Kampung Cibagor. Dari kesuksesan Sunarti merintis usaha bawang goreng ini, menarik para tetangganya untuk belajar. Sunarti sendiri tidak pelit dalam berbagi ilmu. Alhasil, kini ada puluhan warga Cimandiri yang mengikuti jejaknya menekuni usaha bawang goreng. Walaupun dengan jenis usaha yang sama antara satu dengan yang lainnya sudah memahami sasaran pemasaran masing-masing. Karena itu, kampung tersebut pun ditetapkan sebagai Kampung Tematik Cibagor atau Cimandiri Bawang Goreng oleh Pemkot Semarang. Berikut salah satu bawang goreng yang diproduksi di kampong tematik Cobagor (Cimandiri Bawang Goreng) milik Ibu Sunarti :



Gambar 1. Produksi Bawang Goreng

Kurangnya pengetahuan teknologi pada Ibu-Ibu produksi bawang goreng di kampung tematik cibagor dalam hal memperkenalkan produk yang dikemas dalam *company profil* yang cantic dan semakin bertambahnya jumlah warga yang mengikuti kampung tematik cibagor (cimandiri bawang goreng), sehingga belum meratanya pemasaran pada pelaku usaha bawang goreng dalam hal membuat profil usaha yang digunakan untuk memperkenalkan usaha bahwa profil usaha membantu dalam memperkenalkan produk bawang goreng kepada calon konsumen. Ini memberikan gambaran tentang jenis produk, kualitas, dan nilai tambah yang ditawarkan oleh usaha kepada pasar. Memperjelas identitas dan nilai unik pada produk bawang goreng yang ditawarkan. Kebutuhan untuk menguasai ketrampilan menyusun sebuah profil perusahaan menjadi penting dalam usaha pengembangan sebuah badan usaha (Prihandini & Seba, 2021).

Kewirausahaan mempunyai peran yang sangat penting. Dengan berwirausaha mampu menemukan inovasi dan gagasan baru dalam mengelola sumber daya alam yang tersedia, kewirausahaan merupakan proses pengembangan dan penerapan kreatifitas serta inovasi dalam menyelesaikan masalah dan mampu melihat peluang untuk menciptakan suatu usaha, Kebanyakan kendala bagi seseorang terutama warga kampong tematik cibagor yang mencoba untuk memulai usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti takut mencoba, keterbatasan modal, inovasi, dan niat. Keempat faktor tersebut sebenarnya bisa diatasi jika seseorang memiliki pemikiran yang positif dan kreatif. Generasi muda di kalangan warga kampong tematik sebagai calon penerus harus menyikapi itu dengan baik untuk bisa

memanfaatkan peluang yang ada. Kewirausahaan merupakan suatu nilai yang terwujud dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tujuan, kiat, proses dan hasil bisnis.

Aktivitas pemasaran sangat berkaitan dengan konten yang ada pada company profile. Salah satu tujuan adanya *company profile* adalah untuk mendukung aktivitas pemasaran (Indah et al, 20203). Internet menyediakan platform teknologi yang universal dimana penggunaanya dapat membangun serta menyebarkan jenis produk baru, pelayanan, strategis, dan organisasi (Diana et al 2022). Para ahli sepakat mengenai pengertian *company profile* yang disingkat compro dengan kalimat yang berbeda-beda. Ada yang mengartikan compro sebagai suatu daftar riwayat hidup perusahaan. Ada lagi yang berpendapat bahwa compro adalah identitas perusahaan yang sangat rinci dan lengkap. Dari semua itu, yang paling jelas adalah pengertian compro sebagai alat perkenalan suatu bisnis perusahaan sehingga dapat diketahui orang lain. Company profil menunjukkan kepada para calon investor, rekanan dan calon konsumen mengenai produk barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan (Suhartono et al 2022).

Company profile juga dapat dibuatkan untuk UMKM untuk mendukung aktivitas pemasarannya dan memperluas networking (Indah et al, 2023). *Company profile* adalah media informasi yang dibutuhkan saat ini yang diharapkan dapat dijadikan sebagai solusi, sarana informasi, dan promosi yang dibutuhkan oleh perusahaan (Prihandini & Seba, 2021). Tujuan pokok pembuatan profil usaha bukanlah untuk hiburan. Namun berfungsi untuk memberitahukan kepada masyarakat luas tentang kehadiran suatu usaha. Baik berupa perusahaan skala besar, kecil dan menengah, baik dalam bidang jasa maupun produk yang bertujuan untuk mendapatkan penjualan. Dengan demikian, fungsi compro ini sebagai alat marketing dan pemasaran. Dengan menggunakan profil usaha suatu kampung tematik dapat menceritakan sebuah usaha yang lebih bersifat dokumentasi internal bagi penggunaanya, serta dapat menampilkan biodata multimedia anggota komunitas, foto-foto, dan video klip singkat dokumentasi komunitas tersebut. Profil usaha juga dapat memperkenalkan profil suatu pelaku usaha, fasilitas produksi perusahaan, organisasi, dan kegiatan tampak lebih komunikatif dan menarik perhatian dari Masyarakat. Company profile berisi informasi tentang perusahaan yang dijelaskan secara ringkas, jelas dan valid dan ditujukan untuk membuat agar para calon investor dan klien timbul rasa kepercayaan terhadap perusahaan, karena apa yang ditampilkan oleh perusahaan benar adanya (Suhartono et al, 2022).

Dalam membangun wirausaha yang kreatif di kampung tematik cibagor (cimandiri bawang goreng) diperlukan profil usaha yang menarik agar mudah di kenali dan mudah untuk memberikan citra, ekuitas dan pengetahuan terhadap usaha bawang goreng tersebut, pelaku usaha yang tercatat di kampung tematik cibagor yang memiliki usaha kurang lebih 12 pelaku usaha, namun belum semua memiliki profil untuk usaha.

Permasalahan Mitra

1. Terbatasnya pemasaran dalam memperluas pasar kampung tematik cibagor.
2. Belum adanya konsep pemasaran dalam memperluas pasar bawang goreng.
3. Kinerja pelaku usaha bawang goreng yang kurang optimal dalam penjualan.

Tujuan Pengabdian kepada Masyarakat

1. Meningkatkan pemasaran pada pelaku usaha kampung tematik cibagor melalui *company profil* yang menarik.
2. Memberikan konsep pemasaran yang lebih menarik dalam upaya memperluas pasar melalui *company profil*.
3. Meningkatkan promosi *networking* melalui *company profil* dan dampaknya pada peningkatan penjualan pelaku usaha kampung tematik cibagor.

2. METODE PELAKSANAAN

Prosedur Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian di Universitas Semarang, Kecamatan Semarang Timur, Kota Semarang terdiri dari empat tahap yaitu persiapan dan observasi mitra dan pendampingan, tahap pelaksanaan dan pelatihan, tahap evaluasi, tahap pelaporan.

a. Tahap Persiapan dan Observasi Mitra

Tahap pertama yang dilakukan pada pengabdian adalah dengan melakukan persiapan, dimana team pengabdian melakukan observasi pada pelaku usaha kampung tematik cibagor (cimandiri bawang goreng) yang sudah memiliki usaha untuk menentukan permasalahan yang terjadi pada mitra sehingga team pengabdian bisa memberikan solusi yang akan ditawarkan kepada pelaku usaha kampung tematik cibagor (cimandiri bawang goreng).

b. Tahap Pelaksanaan dan Pelatihan

Pada tahap pelaksanaan pendampingan dan pelatihan kepada mitra, pertama tim pengabdian memberikan solusi mengenai pemahaman mitra dalam pembuatan profil usaha dan memberikan pelatihan dalam membuat profil usaha, serta berkreasi, memanfaatkan serta memperluas jaringan.

c. Tahap Evaluasi

Pada tahapan evaluasi terhadap program pendampingan edukasi dan pelatihan dilaksanakan dengan membandingkan keadaan mitra sebelum dan sesudah program kegiatan pengabdian melalui *pretest* dan *post test* dengan memberikan pertanyaan yang tim pengabdian berikan sebelum melaksanakan pendampingan edukasi dan pelatihan, kemudian pertanyaan yang tim pengabdian berikan setelah pelaksanaan pendampingan edukasi dan pelatihan pengabdian kepada masyarakat.

d. Tahap Pelaporan

Tahap pelaporan merupakan tahapan terakhir dari kegiatan pengabdian, dimana tim pengabdian melakukan pelaporan mengacu pada kegiatan yang diselenggarakan pada mahasiswa Universitas Semarang, Kota Semarang.

Metode Pelaksanaan Pengabdian

Mengenai metode pengabdian yang akan dilaksanakan tentang “Pelatihan Promosi Dalam Upaya Memperluas Pasar Melalui *Company Profil* Pada Kampung Tematik Cibagor (Cimandiri Bawang Goreng) Kelurahan Mlatiharjo Semarang Timur” berupa presentasi ceramah pendampingan edukasi dan pemaparan materi secara langsung kepada mitra. Adapun penjelasan mengenai metode pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut dengan cara:

Metode Ceramah

Dengan metode ceramah ini tim PkM melakukan presentasi kepada mitra mengenai pentingnya penggunaan profil usaha guna memperluas jaringan usaha melalui pemanfaatan *networking*, serta berkreasi dalam pengembangan wirausaha untuk meningkatkan penjualan melalui pemaparan atau presentasi dengan memberikan penjelasan dan tanya jawab untuk mengetahui pemahaman mitra dalam materi yang dijelaskan, sehingga diharapkan dengan tanya jawab mitra nantinya akan mendapatkan pemahaman lebih mendetail dan dapat langsung dipraktikkan kepada mahasiswa serta diskusi mengenai kendala yang dihadapi dalam berwirausaha.

Metode Praktek

Dengan metode praktik secara langsung tim pengabdian memberikan pelatihan kepada pelaku usaha kampung tematik cibagor (cimandiri bawang goreng) Kelurahan Mlatiharjo, Kecamatan Semarang Timur. Kota Semarang mengenai proses pembuatan profil usaha yang menarik, pemotretan produk bawang goreng yang menarik, dan mengembangkan minat dalam berwirausaha dengan profil usaha yang telah dibuat serta berkreasi dan memperluas jaringan. Diharapkan metode praktik ini mampu meningkatkan dalam mengembangkan usaha serta

memperluas jaringan serta meningkatkan penjualan, selanjutnya mahasiswa bisa mensosialisasikan kepada pelaku usaha lain diluar kampung tematik cibagor (cimandiri bawang goreng) untuk memotivasi dalam berwirausaha yang ada di Kelurahan Mlatiharjo, Kecamatan, Semarang Timur, Kota Semarang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 HASIL

1. Memberikan pendampingan pengetahuan dan pemahaman mitra pentingnya penggunaan company profil.

Profil usaha sangat penting bagi pelaku usaha bawang goreng karena beberapa alasan yang bisa mendukung pertumbuhan dan keberhasilan bisnis mereka. Berikut adalah beberapa pendampingan pemahaman dan pengetahuan yang menjelaskan pentingnya profil usaha untuk pelaku usaha bawang goreng:

1. Meningkatkan Kredibilitas dan Kepercayaan

- a. Profesionalisme: Profil usaha yang baik menunjukkan bahwa pelaku usaha serius dalam menjalankan bisnisnya, yang dapat meningkatkan kepercayaan dari pelanggan dan mitra bisnis.
- b. Transparansi: Menyediakan informasi lengkap mengenai sejarah usaha, visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan dapat membantu pelanggan memahami komitmen dan dedikasi pelaku usaha terhadap produk bawang goreng yang mereka tawarkan.

2. Membantu Pemasaran dan Promosia

- a. Alat Pemasaran: Profil usaha dapat digunakan sebagai alat pemasaran yang efektif untuk menarik pelanggan baru. Informasi tentang kualitas produk, proses produksi, dan keunggulan kompetitif dapat membantu membedakan produk bawang goreng dari pesaing.
- b. Branding: Dengan profil usaha yang baik, pelaku usaha dapat membangun brand identity yang kuat, sehingga produk bawang goreng lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen.

3. Memudahkan Akses ke Pasar yang Lebih Luas

- a. Kemitraan Bisnis: Profil usaha yang terstruktur dengan baik dapat memudahkan pelaku usaha untuk menjalin kemitraan dengan distributor, retailer, dan pihak lain yang dapat membantu memperluas jangkauan pasar.
- b. Peluang Investasi: Investor potensial lebih mungkin tertarik untuk berinvestasi jika mereka melihat bahwa usaha bawang goreng tersebut dikelola dengan baik dan memiliki potensi untuk berkembang.

4. Mendukung Penjualan dan Distribusi

- a. Informasi Produk: Profil usaha yang mencakup detail tentang produk, seperti bahan baku yang digunakan, proses produksi, dan manfaat kesehatan, dapat membantu meningkatkan penjualan dengan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen.
- b. Keunggulan Kompetitif: Menyoroti keunggulan kompetitif, seperti kualitas produk, harga yang bersaing, atau metode produksi yang ramah lingkungan, dapat membantu menarik perhatian pelanggan dan distributor.

5. Meningkatkan Hubungan dengan Pelanggan

- a. Komunikasi yang Jelas: Profil usaha menyediakan platform untuk komunikasi yang jelas dan konsisten dengan pelanggan. Ini dapat mencakup informasi kontak, cara pembelian, kebijakan pengembalian, dan layanan pelanggan.

- b. Feedback Pelanggan: Menyertakan testimoni atau ulasan dari pelanggan dalam profil usaha dapat meningkatkan kepercayaan dan memberikan bukti sosial tentang kualitas produk.

6. Mendukung Operasional Internal

- a. Panduan bagi Karyawan: Profil usaha yang jelas dan lengkap dapat menjadi panduan bagi karyawan baru dalam memahami visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan, serta standar operasional yang harus dipenuhi.
- b. Konsistensi Informasi: Dengan memiliki dokumen resmi seperti profil usaha, perusahaan dapat memastikan bahwa semua informasi yang disampaikan kepada pihak luar konsisten dan akurat.

Dengan memberikan pendampingan yang tepat, mitra akan lebih memahami pentingnya company profile dan mampu menyusunnya dengan baik untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan bisnis mereka.

2. Diskusi Dan Tanya Jawab

Menggali pengetahuan mitra pelaku usaha bawag goreng dalam arti pentingnya penggunaan profil usaha. Pada kegiatan pengabdian ini tim pengabdian memberikan pertanyaan sebelum dilakukannya kegiatan PkM (*Pretest*) dan pertanyaan sesudah dilakukan kegiatan PkM (*Post-Test*). Dimana tim pengabdian memberikan pertanyaan dengan menggali pengetahuan mitra mengenai beberapa pertanyaan dibawah ini :

- Pelaku usaha kampung tematik cibagor sudah memiliki company profil ?
- Pelaku usaha kampung tematik cibagor sudah paham mengenai company profil.
- Pelaku usaha bawang goreng di kampung tematik perlu membuat company profil dalam upaya memperluas pasar.
- Dalam memperluas pasar company profil digunakan sebagai media promosi.
- Apakah setelah kedatangan tim PKM USM, Saudara paham mengenai Pentingnya company profil?
- Beberapa mitra pelaku usaha yang hadir menanyakan mengenai bagaimana cara dalam membuat profil usaha dengan keterbatasan pengetahuan yang pelaku usaha bawang goreng miliki. Kemudian banyaknya interaksi diskusi antara tim pengabdian dan mitra dalam memberikan pemahaman sangat antusias dimana banyaknya tanya jawab yang diajukan dan adanya souvenir minyak goreng yang dapat dimanfaatkan dalam menggoreng bawang goreng menjadi penambah semangat kegiatan diskusi dan tanya jawab ini.



Gambar 2. Diskusi dan Tanya Jawab

3. Pelatihan Penyusunan Company Profil Menggunakan Aplikasi Canva

Dalam pendampingan menyusun profil usaha tim Pengabdian kepada Masyarakat memberikan arahan menggunakan aplikasi canva dimana dengan adanya aplikasi canva dapat diakses menggunakan handphone dengan sangat mudah, karena keterbatasan mitra dalam kepemilikan laptop. Beberapa langkah yang dilakukan dalam menyusun profil usaha yaitu :

1. Sampul Depan
 - a. Nama Usaha : Bawang goreng kampung tematik (Kuncoro)
 - b. Logo Usaha : Kuncoro
 - c. Slogan : Renyah, Gurih dan Bergizi.
2. Pendahuluan

Ringkasan Singkat tentang Usaha : 100% Bawang goreng asli tanpa tepung.

3. Deskripsi Produk

Bawang Goreng "Kuncoro" adalah produk makanan olahan yang terbuat dari bawang merah pilihan yang diolah dengan resep tradisional untuk menghasilkan cita rasa gurih dan renyah. Produk ini cocok untuk digunakan sebagai pelengkap berbagai hidangan, seperti nasi goreng, soto, mie goreng, dan masih banyak lagi.



Gambar 3. Bawang goreng menarik

4. Varian dan Kemasan Produk

Beberapa varian yang dimiliki oleh kampung tematik bawang goreng kuncoro yaitu rasa original, keju, pedas. Dan berbagai kemasan seperti dibawah ini:

- Bawang Goreng Original: Varian klasik dengan rasa gurih yang nikmat.
- Bawang Goreng Pedas: Varian dengan tambahan cabai untuk sensasi pedas yang menggugah selera.
- Bawang Goreng Keju: Varian dengan sedikit tambahan keju untuk rasa manis gurih yang unik.

Keunggulan Produk

- Rasa Autentik: Menghadirkan rasa gurih yang khas dan autentik dari bawang merah.
- Kerenyahan Tahan Lama: Proses pengemasan yang baik memastikan bawang goreng tetap renyah meski sudah disimpan lama.
- Bahan Alami: Bebas dari bahan pengawet, pewarna, dan penyedap buatan, sehingga aman dikonsumsi oleh seluruh keluarga.
- Serbaguna: Cocok digunakan sebagai topping atau pelengkap berbagai jenis makanan.

5. Proses Produksi

- Pemilihan Bahan Baku: Bawang merah dipilih secara ketat untuk memastikan hanya bawang terbaik yang digunakan.
- Pengupasan dan Pemoangan: Bawang merah dikupas dan dipotong secara manual untuk menjaga kualitas dan konsistensi ukuran.
- Penggorengan: Bawang yang telah dipotong digoreng dalam minyak nabati premium pada suhu yang tepat untuk memastikan kerapuhan dan kelezatan yang optimal.
- Pengemasan: Bawang goreng yang sudah matang dikemas dalam kemasan kedap udara untuk menjaga kesegaran dan kerenyahan.

6. Testimoni dan Ulasan Pelanggan

a. Kutipan Testimoni

- b. Studi Kasus
7. Informasi Kontak dan Cara Pemesanan

Alamat dan Kontak : Kampung Tematik Cibagor Jl. Cimandiri 8 Rt. 002 Rw. 002 Kel. Mlatiharjo Kec. Semarang Timur. WA : 0856-4022-6033

Dengan mengikuti langkah-langkah tersebut, pelaku usaha bawang goreng dapat menyusun profil usaha yang efektif dan menarik, membantu dalam membangun brand, meningkatkan penjualan, dan menjalin kemitraan bisnis yang lebih baik, dengan melalui aplikasi canva yang telah di praktekan oleh pelaku usaha bawang goreng kuncoro sebagai berikut :



Gambar 4. Kemasan Bawang Goreng



Gambar 5. Pelatihan *Company Profil*

3.2 PEMBAHASAN

Pembahasan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah kami lakukan mengenai “Pelatihan Penyusunan *Company Profil* dalam Upaya Memperluas Pasar Pada Kampung Tematik Cibagor” adalah sebagai berikut :

- a. Pelaku usaha bawang goreng sangat antusias dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh TIM Dosen USM ditunjukkan oleh mitra kampung tematik bawang goreng mlatiharjo dalam pendampingan dan pemahaman mitra mengenai pentingnya pelaku usaha memiliki profil usaha, dimana mitra dapat memiliki motivasi untuk menyusun profil usaha sebagai identitas dari masing-masing pelaku usaha bawang

- goreng di mlatiharjo, karena keterbatasan yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam membuat profil usaha yang mudah dan menarik.
- b. Peran aktif pelaku usaha kampung tematik bawang goreng kelurahan mlatiharjo dalam mengikuti setiap tahapam pemaparan materi melalui pertanyaan pretest dan post-test, tanya jawab yang diberikan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat kepada pelaku usaha bawang goreng mengenai memperluas pasar yang digunakan selama ini belum maksimal karena belum adanya ptofil usaha yang dijadikan identitas dalam memasarkan produk dengan jangkauan lebih luas. Selain itu juga pelaku usaha menceritakan selama ini dalam memasarkan produk masih manual denan menitipkan barang ke toko oleh-oleh, dari mulut ke mulut, serta hanya melalui WA.
 - c. Kaaktifan pelaku usaha kampung tematik bawang goreng mlatiharjo dalam mengikuti praktek menyusun profil usaha melalui media aplikasi canva terlihat bahwa pelaku usaha berkeinginan untuk memiliki profil usaha pada usaha bawang goreng yang dimiliki, proses penyusunan di mulai dari dokumentasi foto yang dilakukan oleh Tim Pengabdian agar terlihat lebih menarik, kemudian pemilihan desain aplikasi canva yang diinginkan, pengisian nama usaha, logo, slogan, kontak yang dapat dihubungi, baik dikonsumsi pada waktu yang ditentukan, dan lain sebagainya sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

4. KESIMPULAN

Dari hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan dan penyusunan profil usaha serta tanya jawab dalam memberikan pengetahuan mengenai pentingnya profil usaha dalam upaya memperluas pasar dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan peserta pelaku usaha bawang goreng Kelurahan Mlatiharjo berjalan dengan baik dan lancar.
2. Kegiatan PkM ini dapat meningkatkan pemahaman pentingnya dalam penggunaan profil usaha dalam memperluas pasar.
3. Mampu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mitra dalam membuat identitas usaha yang dimiliki pada masing-masing pelaku usaha dengan produk bawang goreng yang sama.
4. Memotivasi mitra pelaku usaha Kelurahan mlatiharjo yang nantinya dapat disosialisasikan kepada pelaku usaha lainya di kelurahan tersebut untuk memanfaatkan dalam pembuatan profil usaha melalui aplikasi canva.
5. Melalui praktek secara langsung dan menunjukkan contoh penyusunan profil usaha dengan diawali foto yang menarik kemudian disusun dengan data yang digunakan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan yang nantinya dapat digunakan dalam promosi dan meningkatkan penjualan.



Gambar. 6. Foto Bersama



Gambar 7. Hasil *Company Profil*

Daftar Pustaka

- Diana, L., et al. (2022). Pembuatan Website Profil Untuk UMKM Titi Jaya Sebagai Media Pemasaran dan Promosi. Vol. 2. No. 2. Hal. 173-178. (e-ISSN.2798-1827) (p-ISSN.2798-2076). 2022. https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/152
- Indah, R. A. et al. (2023). Perancangan Company Profil sebagai Media Informasi Visual Pada Kelompok UMKM Desa Lampoko Kec.Balusu Kab. Barru. Vol. 6. No. 2. 2023. https://eng.unhas.ac.id/tepat/index.php/Jurnal_Tepat/article/view/427
- Prihatini, A., & Seba, N., (2021). Penyusunan Copany Profil Bagi UMKM. Webinar Abdimas 4.DOI: 10.18196/ppm.44.708. https://www.researchgate.net/publication/364944910_Penyusunan_Company_Profile_Bagi_Umkm
- Suhartono, S., Meiden, C., & Triyani, Y., 2022. Pendampingan Berkelanjutan dan Pelatihan Penyusunan "Sustainability Company Profil" UMKM Toko Roti Linda Yes. E-ISSN: 2746-0223 P-ISSN: 2745-617X. https://www.researchgate.net/publication/365404859_Pendampingan_Berkelanjutan_dan_Pelatihan_Penyusunan_Sustainability_Company_Profile_UMKM_Toko_Roti_LindaYe