

Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Kompetensi SDM dalam Penyusunan *Company Profile* yang Informatif dan Menarik

Muhammad Kosim¹, Nur Azis², Windi³

Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia^{1,3}

Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Tangerang Raya, Tangerang, Indonesia²

Email Korespondensi: muhammadkosim@pelitabangsa.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 15-02-2026

Disetujui 20-02-2026

Diterbitkan 26-02-2026

Katakunci:

UMKM, Sumber Daya Manusia, Company Profile, Daya Saing, Branding

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah salah satu fondasi penting dalam perekonomian negara yang berkontribusi terhadap penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan masyarakat, serta sebagai penggerak aktivitas ekonomi di tingkat daerah. Meski begitu, UMKM tetap mengalami sejumlah tantangan dalam mengembangkan bisnis, terutama dalam hal promosi dan strategi pemasaran. Salah satu isu utama yang dihadapi adalah kurangnya kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam merancang profil perusahaan yang berkualitas, informatif, dan menarik perhatian. Profil perusahaan bukan hanya dokumen resmi, melainkan juga merupakan sarana komunikasi bisnis yang dapat menggambarkan identitas, visi, misi, produk, serta kelebihan usaha kepada pelanggan, investor, dan mitra bisnis. Tanpa profil perusahaan yang memadai, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sering kali menghadapi tantangan dalam menciptakan citra bisnis, memperluas kolaborasi, serta meningkatkan daya tawar di pasar yang semakin kompetitif. Dengan mempertimbangkan permasalahan yang ada, diperlukan adanya program pengabdian kepada masyarakat yang memusatkan perhatian pada pengembangan kemampuan sumber daya manusia di UMKM dalam pembuatan profil perusahaan. Dengan adanya pelatihan, lokakarya, dan bimbingan, diharapkan para pelaku UMKM dapat membuat profil perusahaan yang lebih sistematis, inovatif, dan sesuai dengan tuntutan zaman digital. Dengan cara ini, UMKM tidak hanya mampu memperkuat citra merek mereka, tetapi juga memiliki kesempatan yang lebih luas untuk tumbuh dan bersaing baik di level nasional maupun internasional.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Kosim, M., Azis, N., & Windi, W. (2026). Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Kompetensi SDM dalam Penyusunan Company Profile yang Informatif dan Menarik. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 499-505. <https://doi.org/10.63822/2mq0g232>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah bagian penting dari perekonomian Indonesia, dengan peran yang besar dalam menciptakan lapangan kerja serta meningkatkan produk domestik bruto (PDB)(Kiswandi et al., 2023). Namun, seiring dengan pesatnya kemajuan di era digital dan meningkatnya persaingan dalam dunia bisnis, banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih mengalami tantangan dalam promosi dan pembentukan citra usaha. Salah satu isu yang umum terjadi adalah kurangnya kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam merancang profil perusahaan yang informatif, menarik, dan bersifat profesional. Company profile berperan sebagai alat komunikasi bisnis yang mencakup identitas perusahaan, tujuan dan prinsip, produk yang ditawarkan, serta keunggulan bersaing yang dimiliki(Amanah et al., 2024). Dokumen ini dapat berfungsi sebagai alat yang vital dalam menciptakan identitas merek, memperkuat keyakinan pelanggan, menarik minat investor, serta menciptakan kesempatan untuk kolaborasi(Amelia & Arnun, 2023). Sayangnya, banyak UMKM yang belum dapat memaksimalkan penggunaan profil perusahaan mereka, baik dalam hal isi, tampilan, maupun rencana promosi. Keterbatasan kemampuan sumber daya manusia di UMKM mengakibatkan potensi usaha tidak dapat berkembang secara optimal. Pembuatan profil perusahaan yang efektif sebenarnya dapat menjadi strategi yang mudah namun berdampak besar dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yakni mengoptimalkan proses branding dan penyampaian informasi perusahaan secara digital. (Satria et al., 2025). Dengan demikian, pengabdian ini sangat penting untuk memberikan solusi dengan cara meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dalam menyusun profil perusahaan yang informatif dan menarik, yang sesuai dengan tuntutan pasar modern dan kemajuan teknologi digital.

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat beberapa permasalahan menjadi perhatian dalam pengabdian ini. Pertama-tama, keadaan kompetensi sumber daya manusia (SDM) pada UMKM dalam pembuatan profil perusahaan saat ini masih belum terdefinisi dengan jelas, baik dari segi pemahaman, keterampilan, maupun penggunaan media digital. Kedua, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menghadapi sejumlah tantangan dalam merancang profil perusahaan yang informatif dan menarik. Tantangan tersebut mencakup keterbatasan dalam berkreasi, rendahnya kemampuan literasi digital, serta kurangnya pemahaman tentang strategi merek yang efektif. Ketiga, masih belum ada pendekatan yang sistematis dan efektif untuk mengembangkan kemampuan sumber daya manusia di UMKM sehingga dapat menghasilkan profil perusahaan yang profesional dan meningkatkan daya saing bisnis. Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah melalui metode partisipatif, di mana pelaku UMKM dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Strategi pemecahan masalah dilakukan dengan memberikan pelatihan dan workshop mengenai penyusunan company profile yang informatif dan menarik, mulai dari pemahaman konsep dasar, teknik penulisan konten, hingga desain visual yang sesuai dengan identitas usaha. Selain itu, dilakukan pula pendampingan langsung untuk membantu UMKM mengaplikasikan pengetahuan tersebut ke dalam company profile masing-masing, baik dalam bentuk cetak maupun digital. Melalui pendekatan ini, diharapkan kompetensi SDM UMKM meningkat sehingga mereka mampu menyusun company profile yang profesional sebagai sarana branding dan peningkatan daya saing usaha.

Pengabdian ini memiliki peran penting karena UMKM berperan sebagai fondasi perekonomian negara, memberikan kontribusi besar dalam penyerapan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi(Vinatra et al., 2023). Peningkatan keterampilan sumber daya manusia dalam pembuatan company profile dianggap

krusial karena dapat membantu UMKM dalam menciptakan citra bisnis yang lebih profesional dan terpercaya. Di samping itu, profil perusahaan yang baik dapat meningkatkan akses UMKM kepada konsumen, investor, dan mitra usaha, serta memperkuat posisi kompetitif mereka di pasar lokal dan global melalui strategi merek yang lebih efektif. Kegiatan PKM ini juga berperan dalam memperkuat UMKM agar lebih mampu beradaptasi dalam menghadapi kompetisi bisnis di zaman digital. Oleh karena itu, studi ini tidak hanya menawarkan kontribusi dalam bidang akademis, tetapi juga memberikan dampak nyata bagi pertumbuhan dan kelangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disusun secara berkesinambungan agar dapat memberikan hasil yang optimal bagi UMKM. Metode pengabdian yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan partisipatif dan aplikatif, di mana pelaku UMKM di Cikarang Pusat dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Adapun metode yang ditempuh adalah sebagai berikut:

1. **Sosialisasi dan Identifikasi Kebutuhan;** Kegiatan diawali dengan sosialisasi program kepada UMKM sekaligus identifikasi kebutuhan dan kondisi awal terkait kompetensi SDM dalam penyusunan company profile. Tahapan ini bertujuan untuk menyesuaikan materi dengan kebutuhan nyata di lapangan.
2. **Pelatihan dan Workshop;** Pelaku UMKM diberikan pelatihan dasar mengenai pentingnya company profile, teknik penyusunan konten yang informatif, prinsip desain visual, serta strategi branding melalui media cetak maupun digital. Workshop dilakukan secara interaktif dengan praktik langsung menggunakan contoh-contoh company profile.
3. **Pendampingan dan Implementasi;** Tim pengabdian memberikan pendampingan intensif kepada peserta untuk menyusun company profile usaha mereka masing-masing. Pendampingan dilakukan mulai dari tahap perencanaan konten, penyusunan struktur, pemilihan desain, hingga finalisasi dalam bentuk cetak maupun digital.
4. **Evaluasi dan Umpan Balik;** Setelah company profile disusun, dilakukan evaluasi untuk menilai kelengkapan, kualitas konten, serta daya tarik desain. Umpan balik diberikan secara langsung agar UMKM dapat melakukan perbaikan dan penyempurnaan.
5. **Publikasi dan Keberlanjutan Program;** Company profile yang sudah final diarahkan untuk dipublikasikan melalui media digital seperti website, media sosial, maupun platform e-commerce. Selain itu, peserta diberikan strategi lanjutan agar dapat mengembangkan company profile secara mandiri di masa mendatang.

Pada tahapan awal pengabdian, tim pengusul telah melakukan identifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, khususnya terkait rendahnya kompetensi SDM dalam penyusunan company profile. Hasil identifikasi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM belum memiliki company profile yang sistematis, informatif, dan menarik, baik dalam bentuk cetak maupun digital. Pada tahapan yang akan dilakukan selama dua bulan berjalan, kegiatan difokuskan pada pelaksanaan pelatihan, workshop, dan pendampingan intensif. Kegiatan ini meliputi penyampaian materi mengenai konsep dan pentingnya company profile, teknik penulisan konten, desain visual yang sesuai, hingga digitalisasi company profile melalui pemanfaatan teknologi sederhana seperti aplikasi desain grafis

dan platform online. Pendampingan juga dilakukan agar setiap peserta dapat menghasilkan rancangan company profile yang siap digunakan. Adapun tahapan yang direncanakan ke depan adalah evaluasi hasil pendampingan dan pengembangan keberlanjutan program. Evaluasi dilakukan dengan menilai kualitas company profile yang dihasilkan serta dampaknya terhadap peningkatan branding UMKM. Selanjutnya, program akan diarahkan pada penguatan publikasi company profile melalui media digital dan jejaring bisnis, sehingga UMKM dapat lebih percaya diri dalam memasarkan produk maupun menjalin kerja sama dengan pihak eksternal. Dengan peta jalan ini, kegiatan pengabdian diharapkan tidak hanya menyelesaikan permasalahan jangka pendek, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang dalam peningkatan daya saing UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini membawa perubahan yang cukup berarti, baik dalam hal pengetahuan, kemampuan, maupun persiapan pelaku UMKM dalam membangun citra usaha melalui profil perusahaan. Berdasarkan temuan awal, mayoritas peserta belum memiliki profil perusahaan yang disusun dengan teratur. Profil usaha yang ada saat ini bersifat deskriptif dan sederhana, kurang terorganisir, serta belum mencerminkan identitas usaha secara keseluruhan. Informasi terkait visi dan misi, kelebihan produk, nilai-nilai perusahaan, segmentasi pasar, serta keunikan bisnis belum tercatat dengan baik. Bahkan, sejumlah UMKM masih menggunakan komunikasi lisan untuk memperkenalkan usaha mereka kepada calon pelanggan dan rekan bisnis.

Setelah mengikuti pelatihan dan workshop, peserta menunjukkan peningkatan pengetahuan mengenai peran penting profil perusahaan sebagai alat untuk branding dan komunikasi dalam dunia bisnis. Peserta mulai menyadari bahwa profil perusahaan bukan hanya sekadar dokumen resmi, tetapi merupakan gambaran profesional dari identitas bisnis yang dapat memperkuat kepercayaan di pasar. Pengertian ini terlihat dari kemampuan peserta dalam menyusun struktur profil perusahaan yang lebih mendetail, termasuk latar belakang bisnis, visi dan misi, nilai-nilai perusahaan, deskripsi produk atau jasa, keunggulan kompetitif, segmentasi pasar, serta informasi kontak yang jelas. Para peserta juga mulai dapat menyusun posisi usaha mereka dengan lebih terarah, sehingga mereka dapat membedakan diri dari pesaing.

Dalam hal keterampilan teknis, bimbingan yang dilakukan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kualitas profil perusahaan yang dihasilkan. UMKM tidak hanya dapat menyusun konten dengan cara yang lebih teratur, tetapi juga mulai memperhatikan elemen cerita dalam menyampaikan informasi tentang usaha mereka. Narasi yang dirancang dengan lebih meyakinkan dan mudah dipahami, sehingga dapat memperkuat citra perusahaan secara efektif. Selain itu, para peserta juga menunjukkan kemajuan dalam mengubah informasi teknis menjadi pesan yang lebih simpel dan mudah dimengerti oleh calon pelanggan serta mitra bisnis. Secara visual, telah terjadi transformasi yang cukup mencolok. Sebelum kegiatan dimulai, tampilan profil bisnis umumnya tidak seragam dan belum menggambarkan identitas merek dengan baik. Setelah mendapatkan bimbingan, peserta mulai menyadari betapa pentingnya harmonisasi antara warna, jenis huruf, logo, dan elemen visual produk sebagai komponen dari strategi merek. Penerapan desain yang lebih teratur dan profesional menjadikan profil perusahaan terlihat lebih menarik dan memiliki kemampuan komunikasi yang lebih efektif. Ini menunjukkan bahwa literasi desain

yang sederhana dapat berperan sebagai faktor yang mendukung dalam meningkatkan nilai persepsi terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Kegiatan ini juga berkontribusi terhadap kemajuan literasi digital para peserta. UMKM kini semakin bisa memanfaatkan teknologi dasar, seperti aplikasi desain grafis dan platform digital, untuk membuat profil perusahaan dalam format yang dapat disesuaikan, baik untuk keperluan cetak maupun digital. Profil perusahaan yang dibuat tidak hanya berfungsi sebagai dokumen tetap, tetapi juga mulai diterapkan dalam media sosial, katalog digital, dan berbagai platform pemasaran lainnya. Perubahan ini mencerminkan pergeseran cara berpikir para pelaku UMKM dari metode tradisional ke strategi komunikasi bisnis yang memanfaatkan platform digital. Dari sudut pandang daya saing, adanya profil perusahaan yang lebih profesional memberikan keuntungan langsung bagi para pelaku UMKM. Peserta mengungkapkan bahwa profil perusahaan sangat mendukung mereka dalam mengkomunikasikan bisnis dengan lebih meyakinkan kepada calon konsumen, mitra bisnis, serta pihak-pihak luar seperti lembaga keuangan atau program kolaborasi. Data yang disusun dengan teratur dapat mempermudah komunikasi dalam dunia bisnis dan juga dapat memperkuat kepercayaan terhadap kegiatan yang dilaksanakan. Situasi ini secara tidak langsung meningkatkan posisi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang kian ketat.

Secara konseptual, hasil dari kegiatan ini menegaskan bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia adalah elemen penting dalam memajukan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Intervensi melalui pelatihan dan bimbingan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam merancang profil perusahaan, tetapi juga mendorong transformasi pola pikir ke arah pengelolaan bisnis yang lebih profesional. Metode partisipatif yang diterapkan ini memungkinkan para peserta untuk secara aktif berkontribusi dalam proses belajar, sehingga pengetahuan yang didapat dapat segera diterapkan sesuai dengan ciri-ciri usaha yang dimiliki masing-masing.

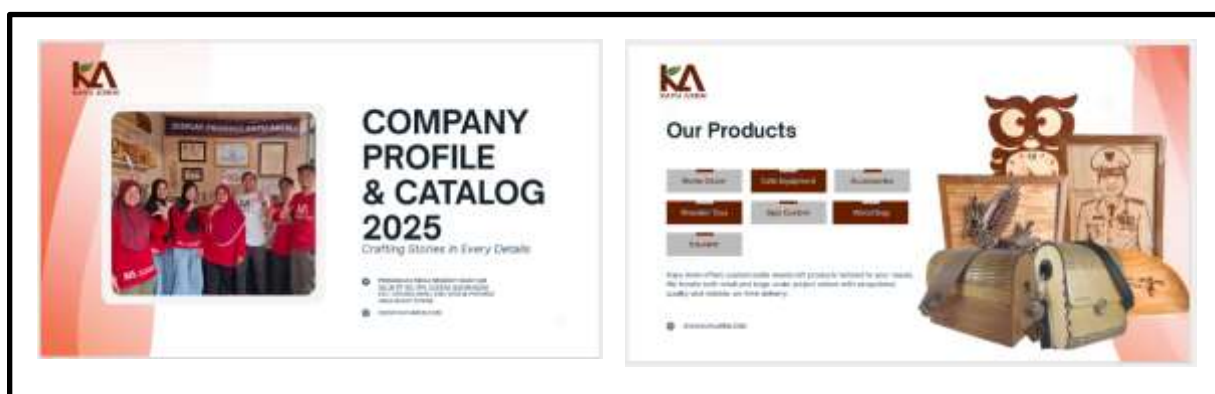
Dengan demikian, aktivitas pengabdian ini tidak hanya menghasilkan produk berupa profil perusahaan yang lebih menarik dan informatif, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang berupa peningkatan kapasitas sumber daya manusia pada UMKM. Profil perusahaan yang dihasilkan berfungsi sebagai alat strategi untuk membangun reputasi bisnis, meningkatkan identitas merek, dan menciptakan peluang untuk mengakses pasar yang lebih besar. Ini mengindikasikan bahwa pengembangan kemampuan sumber daya manusia dengan menyusun profil perusahaan bisa menjadi salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan profesionalisme dan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di era bisnis digital.



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi Pelaku



Gambar 2. Kegiatan Pendampingan Langsung Pada Pelaku UMKM



Gambar 3. Company Profile Milik Salah Satu UMKM

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggambarkan bahwa pengembangan kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki peranan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM, terutama melalui keterampilan dalam menyusun profil perusahaan yang menarik dan informatif. Sebelum kegiatan dimulai, mayoritas pelaku UMKM belum memiliki profil perusahaan yang disusun dengan rapi dan secara profesional. Profil bisnis saat ini masih tergolong basic, belum sepenuhnya menggambarkan identitas perusahaan, dan belum digunakan secara optimal sebagai sarana komunikasi serta pembranding usaha. Dengan menggunakan pendekatan partisipatif melalui pelatihan, workshop, dan pendampingan, terdapat peningkatan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM dalam menyusun profil perusahaan yang terorganisir, mudah dipahami, dan menarik secara visual. Peserta tidak hanya dapat mengatur informasi bisnis dengan cara yang lebih terstruktur, tetapi juga mulai menyadari betapa pentingnya keselarasan antara isi, identitas merek, dan elemen visual sebagai bagian dari rencana pemasaran merek. Selain itu, acara ini juga berkontribusi pada peningkatan literasi digital, di mana UMKM mulai menggunakan teknologi sederhana untuk membuat profil perusahaan dalam bentuk cetak maupun

digital.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa profil perusahaan yang disiapkan dengan baik dapat berperan sebagai sarana komunikasi bisnis yang efisien dalam mengenalkan usaha, meningkatkan kepercayaan pelanggan, serta menciptakan kemungkinan kolaborasi dengan rekan bisnis. Oleh karena itu, pengembangan kompetensi sumber daya manusia dalam pembuatan profil perusahaan terbukti dapat meningkatkan profesionalisme bisnis serta memperkuat posisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi persaingan di pasar. Secara umum, aktivitas pengabdian ini tidak hanya merupakan jawaban atas masalah sementara yang berkaitan dengan keterbatasan dalam menyusun profil perusahaan, tetapi juga berkontribusi pada dampak jangka panjang dengan meningkatkan kemampuan sumber daya manusia serta mempersiapkan UMKM untuk menyesuaikan diri dengan tuntutan pemasaran di zaman digital. Dengan demikian, pembuatan profil perusahaan bisa menjadi salah satu taktik yang efektif dan berkelanjutan untuk mendukung peningkatan daya saing UMKM di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, L., Handayani, N., & Azizah, M. (2024). *STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN PEMBUATAN COMPANY PROFILE PADA*. 50–55.
- Amelia, F. R., & Arnu, A. P. (2023). Peningkatan kompetensi umkm melalui pelatihan manajemen strategi bisnis 1,2,. *Communnity Development Journal*, 4(6), 11668–11673.
- Kiswandi, F. R. P., Setiawan, M. C., & Ghifari, M. A. (2023). Peran Umkm (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Terhadap Pertumbuhan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 154–162.
- Satria, M., Paojiah, R., & Pratama, M. R. (2025). *Perancangan Website Company Profile Pada Pt . Lentera Mustika Abadi Menggunakan Metode Agile Untuk Optimalisasi Branding Dan Informasi*. 3(1), 256–265.
- Vinatra, S., Bisnis, A., Veteran, U., & Timur, J. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>