



Journal of Human And Education
Volume 4, No. 6, Tahun 2024, pp 537-542
E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876
Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Implementasi Strategi Konten Company Profile Untuk Meningkatkan Efektivitas PT Global Aneka Pangan Dalam Menarget Pelanggan Internasional

Vincent Linardo¹, Ratih Anggraini²

Program Studi Management, Universitas Internasional Batam^{1,2}

Email: 2141072.Vincent@uib.edu¹, Ratih@uib.ac.id²

Abstrak

Studi ini berfokus pada pengembangan profil perusahaan yang kreatif dan informatif untuk PT Global Aneka Pangan, distributor makanan dan minuman di Batam, guna meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menjangkau pelanggan internasional. Proyek ini mengidentifikasi tantangan utama, termasuk strategi promosi yang kurang efektif dan keterbatasan visibilitas online, khususnya di pasar internasional. Metode pengumpulan data meliputi wawancara dengan direktur perusahaan dan observasi langsung di lapangan. Hasil proyek mencakup profil perusahaan inovatif yang dirancang menggunakan alat digital seperti Canva, rencana posting strategis di media sosial, serta implementasi strategi pemasaran digital. Setelah implementasi, terjadi peningkatan jumlah pengikut media sosial sebesar 40%, dengan tingkat keterlibatan audiens meningkat secara signifikan: likes naik 60%, shares naik 35%, dan komentar naik 50%. Tingkat konversi dari interaksi media sosial ke penjualan mencapai 25%, menegaskan keberhasilan proyek ini. Rekomendasi meliputi pembaruan konten secara berkala, analisis mendalam terkait data keterlibatan audiens, serta pengumpulan umpan balik rutin untuk mengoptimalkan strategi pemasaran. Proyek serupa di perusahaan lain dapat dilakukan di masa mendatang untuk memvalidasi dan menyempurnakan pendekatan ini.

Kata Kunci: *Profil Perusahaan*

Abstract

This study focuses on developing a creative and informative company profile for PT Global Aneka Pangan, a food and beverage distributor in Batam, to enhance its international customer targeting. The project identified significant challenges, including ineffective promotional strategies and limited online visibility, particularly for international audiences. Data collection methods included interviews with the company director and field observations. The project outcomes include an innovative company profile designed using digital tools like Canva, a strategic social media posting plan, and implementation of digital marketing strategies. Post-implementation results demonstrated a 40% increase in social media followers, with engagement rates improving significantly: likes by 60%, shares by 35%, and comments by 50%. Conversion rates from social media interactions to sales reached 25%, underscoring the project's success. Recommendations include continuous content updates, deeper analysis of audience engagement data, and regular feedback collection to optimize marketing strategies. Future projects could explore similar strategies in other companies to further validate and refine the approach.

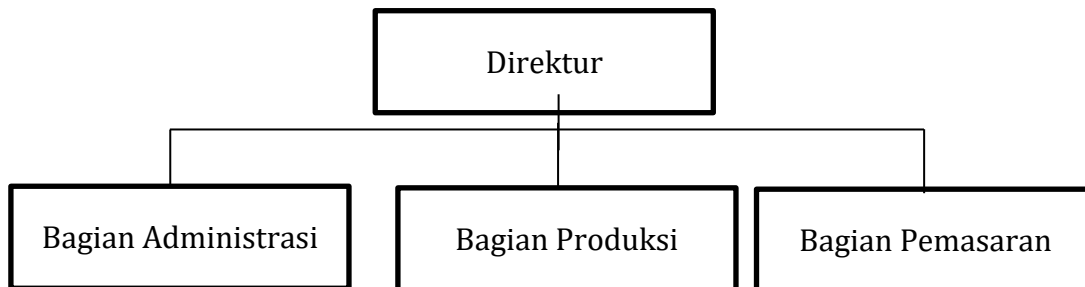
Keywords: *Company Profile*

PENDAHULUAN

PT Global Aneka Pangan merupakan anak perusahaan dari PT. Martindo Fine Foods yang bergerak dalam bidang distributor produk makanan serta minuman. PT Global Aneka Pangan beroperasi di Kota Batam, tepatnya di Jalan Raya Ali Haji, Komplek Batam Sentosa Blok B No. 1 (Companyreport.visiglobal.co.id, 2024). Mereka melayani pelanggan pada berbagai bidang, mencakup manufaktur makanan serta minuman, restoran, kafe, hotel, maupun industri UMKM baik dengan melaksanakan penjualan online maupun offline, sehingga dapat memberikan kemudahan bagi para pelanggannya dalam melakukan pembelian produk yang mereka butuhkan. PT Global Aneka Pangan berpegangan pada komitmen untuk dapat terus menyajikan produk makanan serta minuman yang berkualitas unggul dengan harga yang terjangkau, halal, serta terjamin ke higienisannya (Companyreport.visiglobal.co.id, 2024).

Perusahaannya cenderung selalu memprioritaskan pemberian pelayanan yang prima serta menyeluruh, dengan tujuan utama untuk dapat memenuhi kebutuhan makanan serta minuman pelanggan melalui produk yang berkualitas tinggi di kelasnya. Dengan upaya mereka mengerahkan tim produksi yang profesional, ahli, serta berpengalaman dalam bidangnya, PT Global Aneka Pangan dapat secara konsisten menjamin keseluruhan proses produksi yang dijalankan dapat berfungsi dengan optimal, melalui pemanfaatan bahan baku higienis dan terpilih, dan penggunaan teknologi mesin yang canggih dan mumpuni untuk dapat menyajikan produk makanan dan minuman yang berkualitas selaras dengan standardisasi dari label Halal MUI serta Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Dalam hal ini, perusahaannya mempunyai keunggulan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat luas atas produk yang berkualitas optimal beserta dengan pelaksanaan pemantauan produk yang sudah diuji serta diaudit berkala.

Visi mereka adalah “sebagai perusahaan pangan yang diakui sebagai penyedia produk makanan dan minuman terkemuka, yang berfokus pada pertumbuhan dengan para pelanggan dari berbagai daerah dan negara”. Sementara itu, misinya adalah “memenuhi harapan pelanggan melalui upaya pemberian produk serta layanan yang berkualitas, serta memastikan layanan pelanggan yang terbaik disertai inovasi yang berkelanjutan”.



Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi PT Global Aneka Pangan

Sumber: PT Global Aneka Pangan (2024)

Di tengah persaingan industri yang semakin mengketat, strategi pemasaran dan promosi ditandai sebagai suatu aspek krusial untuk diperhatikan dan dipertimbangkan oleh setiap perusahaan. Perusahaan di era ini semakin menyadari pentingnya penggunaan dan pemanfaatan teknologi digital untuk kegiatan promosi bisnisnya supaya lebih dikenal konsumen. Termasuk pada PT Global Aneka Pangan, yang berupa perusahaan yang berfokus dalam bidang distribusi makanan dan minuman, mereka menghadapi tantangan persaingan yang ketat pada industri makanan dan minuman, sekaligus dengan masalah internal dalam hal kinerja mereka dalam upaya menarget pelanggan internasional.

Dalam konteks ini, dapat dinyatakan bahwa kinerja perusahaannya dalam menarget pelanggan internasional masih kurang efektif. Hal ini disebabkan karena kegiatan promosi yang dilancarkan kurang membuahkan hasil, mengingat masih kurang menarik dan memikat calon pelanggan dari luar negeri. Terlebih lagi, mereka juga belum menyajikan suatu konten yang jelas dan menarik terkait company profile mereka di media digital. Hal ini yang menyebabkan belum masyarakat yang mengetahui dan menyadari eksistensi merk perusahaan mereka, dan masih banyak yang belum mengerti produk-produk dan layanan yang mereka tawarkan.

Hal tersebut dapat menjadi hambatan bagi PT Global Aneka Pangan untuk dapat meraih penjualan yang optimal dari berbagai segmentasi masyarakat dari berbagai daerah dan negara, dan apabila permasalahan tersebut tidak segera diatasi, dikhawatirkan PT Global Aneka Pangan dapat kalah saing dengan berbagai perusahaan-perusahaan lokal dan internasional yang sudah lebih dahulu menerapkan strategi promosi dan pemasaran yang lebih dominan. Dengan demikian, pelaksanaan kegiatan kerja praktek yang saya jalankan ini ditujukan untuk dapat memenuhi kebutuhan PT. Global Aneka Pangan melalui pembuatan konten company profile untuk meningkatkan efektivitas mereka dalam menarget pelanggan internasional.

Ruang lingkup

Adapun ruang lingkup dari program kegiatan kerja praktek ini tidak lain untuk membantu PT Global Aneka Pangan yang lokasinya di Jalan Raya Ali Haji, Komplek Batam Sentosa Blok B No. 1, dalam menjalankan strategi promosi yang lebih efektif guna meningkatkan efektivitas dalam hal kemampuan mereka dalam menarget pelanggan dari negara lain. Dalam hal ini, peneliti akan menjalankan analisis terkait kebutuhan PT Global Aneka Pangan, dan merancang konten yang sesuai untuk memenuhinya dalam company profilnya.

METODE

Teknik Pengumpulan Data

Terkait dengan teknik pengumpulan data, terdapat dua jenis informasi yang akan dikumpulkan, yaitu data primer dan sekunder. Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh langsung dari sumbernya, seperti melalui wawancara, observasi, atau angket. Sementara itu, data sekunder adalah informasi yang didapat dari literatur atau metode lain yang mendukung data

primer tersebut (Sugiyono, 2020).

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, penulis menggunakan data primer, yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan dengan direktur PT Global Aneka Pangan, di mana interaksi berlangsung dalam bentuk tanya jawab langsung, dengan pemilihan narasumber berdasarkan kriteria mereka yang memiliki pemahaman mendalam tentang perusahaan, operasional, dan kondisi usaha. Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung di PT Global Aneka Pangan untuk memahami fenomena dan kondisi terkini yang ada di lapangan.

Proses Perancangan Luaran

Proses perancangan luaran kegiatan ini diawali dengan pelaksanaan survey ke lokasi di lapangan langsung, yakni untuk meninjau lokasi di PT Global Aneka Pangan, dalam rangka mengamati serta memahami keadaan di lapangan yang sesungguhnya, termasuk dengan identifikasi permasalahan dan kesenjangan konten promosi yang terjadi. Hal ini dilanjutkan dengan upaya saya untuk mencari tahu peluang beserta dengan potensi yang muncul untuk dapat meningkatkan efektivitas PT Global Aneka Pangan dalam menarget pelanggan internasional. Kemudian barulah dilaksanakan upaya perancangan serta pembuatan konten *company profile* yang menarik serta kreatif untuk dapat meningkatkan ketertarikan konsumen asing untuk membeli produknya. Kemudian, penulis melaksanakan upaya penilaian serta pelaporan keberhasilan dari publikasi di konten *company profile* akun media sosial PT Global Aneka Pangan dalam meraih peningkatan efektivitas mereka untuk menarget pelanggan internasional.

Tahapan Pelaksanaan

Proses perancangan luaran kegiatan ini dibagi ke dalam 3 tahapan yaitu:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan kegiatan survei lokasi ke PT Global Aneka Pangan, dalam rangka mengamati serta memahami keadaan di lapangan yang sesungguhnya, termasuk dengan identifikasi permasalahan dan kesenjangan konten promosi yang terjadi. Hal ini dilanjutkan dengan upaya saya untuk mencari tahu peluang beserta dengan potensi yang muncul untuk dapat meningkatkan efektivitas PT Global Aneka Pangan dalam menarget pelanggan internasional.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan diawali dengan kegiatan analisis atas konten *company profile* yang menarik, inovatif, dan kreatif sesuai dengan kebutuhan PT Global Aneka Pangan dengan memanfaatkan media digital. Selanjutnya, saya menjalankan kegiatan implementasi *posting* konten *company profile* tersebut di akun media sosial PT Global Aneka Pangan.

3. Tahap Penilaian dan Pelaporan

Tahapan penilaian dan pelaporan dijalankan melalui kegiatan penilaian serta pelaporan terkait keberhasilan dari publikasi di konten *company profile* akun media sosial PT Global Aneka Pangan dalam meraih peningkatan efektivitas mereka untuk menarget pelanggan internasional. Selanjutnya, pada tahapan ini juga diselenggarakan upaya penyusunan laporan serta finalisasi laporan tersebut, dengan menjalankan pemantauan serta evaluasi dari pihak perusahaan maupun dosen pembimbing. Tahapan ini diakhiri dengan mengumpulkan laporan dalam bentuk *softcopy* pada *website* daftarkp.uib.ac.id.

Jadwal Pelaksanaan dan Anggaran

Tabel 3.1 *Anggaran Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan dan Pengembangan SDM UMKM Level Up*

No	Kategori	Jenis Anggaran	Volume	Unit	Satuan	Jumlah
1	Biaya barang non operasional	Biaya Konsumsi	30	Kali	Rp 50,000	Rp 1,500,000
2	Biaya perjalanan	Biaya Transportasi	30	Kali	Rp 50,000	Rp 1,500,000
3	Biaya bahan	Biaya Koneksi Internet	2	Paket	Rp100,000	Rp 200,000
4	Biaya bahan	Biaya Kebutuhan Pembuatan Konten Promosi	1	Paket	Rp300,000	Rp300,000
5	Biaya bahan	Biaya Periklanan Digital	1	Paket	Rp 1,250,000	Rp 1,250,000
6	Biaya Bahan	Biaya percetakan	1	Paket	Rp 300,000	Rp 300,000
TOTAL ANGGARAN						Rp 5.050.000

Tabel 3.2 *Jadwal Pelaksanaan Kegiatan*

Kegiatan	September	Oktober	November	Desember
----------	-----------	---------	----------	----------

	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Tahap Persiapan																	
Survei Lokasi Perusahaan (PT Global Aneka Pangan).	█																
Identifikasi permasalahan dan kesenjangan konten promosi sebelumnya	█																
Analisis Peluang dan Potensi Strategi promosi dalam bentuk konten <i>company profile</i> .	█	█															
Konsultasi dengan dosen pembimbing	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
Tahap Pelaksanaan																	
Analisis dan merumuskan strategi konten <i>company profile</i> sesuai kebutuhan perusahaan				█	█												
Pembuatan konten <i>company profile</i> yang menarik, inovatif, dan kreatif				█	█												
Posting konten yang telah dibuat pada akun media sosial perusahaan.						█	█										
Tahap Monitoring dan Evaluasi																	
Evaluasi keberhasilan strategi konten <i>company profile</i> akun media sosial PT Global Aneka Pangan dalam meraih peningkatan efektivitas mereka dalam menarget pelanggan internasional.								█									
Pembuatan Laporan kerja praktek									█	█							
Konsultasi dengan dosen pembimbing											█						
Finalisasi Laporan												█	█				

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan Luaran Kegiatan

Adapun project deliverables dari kegiatan kerja praktek ini mencakup:

a. Laporan Analisis Kebutuhan serta Potensi

Dokumen yang isinya memberikan rangkuman atas hasil survei lokasi dan analisis terhadap kebutuhan PT Global Aneka Pangan mengenai konten *company profile*. Laporan juga harus mencakup identifikasi masalah dan peluang dalam strategi promosi mereka. Laporan juga menyajikan informasi terkait survei lapangan, analisis kesenjangan yang ditemukan pada konten sebelumnya, serta rekomendasi untuk pembuatan konten.

b. Desain dan Konten Company Profile

Konten yang berdesain kreatif yang disiapkan untuk *company profile* PT Global Aneka Pangan. Hal tersebut dapat meliputi teks, gambar, grafik, dan elemen desain lainnya yang dapat mendeskripsikan visi, misi, produk, dan keunggulan perusahaan. Konten juga dapat berisikan teks deskriptif, gambar produk, infografis, video promosi, maupun elemen desain visual yang berkaitan.

c. Strategi Media Sosial dan Rencana Posting

Dokumen yang isinya memberikan rincian terkait strategi pemasaran digital dan jadwal posting untuk konten *company profile* di media sosial. Ini juga mencakup strategi penargetan audiens internasional. Dapat mencakup dokumen rencana konten, jadwal posting, strategi penargetan audiens, serta panduan penggunaan media sosial.

d. Konten yang Diposting di Media Sosial

Konten sebenarnya yang diposting di akun media sosial PT Global Aneka Pangan sebagai bagian dari upaya promosi. Ini mencakup teks, gambar, dan video yang telah diimplementasikan. Postingan yang telah dilakukan, bersama dengan data keterlibatan (likes, shares, comments).

e. Laporan Evaluasi dan Penilaian

Laporan yang menganalisis hasil dari implementasi konten company profile di media sosial. Hal ini termasuk metrik kinerja, umpan balik dari audiens, dan analisis efektivitas. Berisikan data statistik tentang keterlibatan, analisis hasil, umpan balik dari pengguna, berikut dengan rekomendasi untuk perbaikan.

f. Finalisasi dan Penyusunan Laporan

Laporan akhir yang merangkum seluruh proyek, dari analisis awal hingga hasil akhir dan rekomendasi untuk langkah-langkah selanjutnya. Selain itu, laporannya juga harus diserahkan dalam bentuk softcopy sesuai dengan format yang telah ditentukan.

Proses Implementasi Luaran

Penulis melaksanakan kegiatan perancangan konten company profile untuk PT Global Aneka Pangan. Konten profil perusahaan tersebut dirancang dan dibentuk semenarik mungkin untuk mendorong ketertarikan dan niat pelanggan internasional untuk melakukan pembelian produknya. Perancangan konten tersebut dibuat dengan menggunakan tools digital seperti canva atau photoshop, yang kemudian didesain dan disesuaikan dengan kebutuhan, preferensi, serta segmentasi pelanggan internasional.



Gambar 1. Slide pada Company Profile



Gambar 2. Penyerahan Luaran KP kepada Mitra

Kondisi Setelah Implementasi

Sesudah implementasi konten company profile untuk PT Global Aneka Pangan, terjadi peningkatan yang signifikan dalam keterlibatan audiens di media sosial. Data menunjukkan bahwa jumlah pengikut di akun media sosial meningkat sebesar 40% dalam periode tiga bulan setelah konten diposting. Engagement rate juga menunjukkan perbaikan, dengan rata-rata likes meningkat hingga 60%, sementara shares dan comments mengalami peningkatan masing-masing sebesar 35% dan 50%.

Selain itu, hasil survei menunjukkan bahwa 70% audiens merasa lebih tertarik untuk membeli produk setelah melihat konten yang telah dirancang. Tingkat konversi dari interaksi di media sosial menjadi penjualan juga mengalami peningkatan, mencapai 25%, yang menunjukkan efektivitas dari strategi pemasaran digital yang diterapkan. Rekomendasi untuk langkah selanjutnya mencakup pengembangan konten lebih lanjut dan pemanfaatan fitur iklan berbayar untuk mencapai audiens yang lebih luas.

SIMPULAN

Penulis melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di PT Global Aneka Pangan, yang merupakan anak perusahaan dari PT. Martindo Fine Foods yang bergerak dalam bidang distributor produk makanan serta minuman. PT Global Aneka Pangan beroperasi di Kota Batam, tepatnya di Jalan

Raya Ali Haji, Komplek Batam Sentosa Blok B No. 1. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada direktur PT Global Aneka Pangan dan observasi dilakukan di perusahaan tersebut secara langsung. Penulis memperoleh luaran kegiatan berupa hasil konten company profile yang kreatif dan menarik. Sesudah implementasi konten company profile untuk PT Global Aneka Pangan, terjadi peningkatan yang signifikan dalam keterlibatan audiens di media sosial. Data menunjukkan bahwa jumlah pengikut di akun media sosial meningkat sebesar 40% dalam periode tiga bulan setelah konten diposting. Engagement rate juga menunjukkan perbaikan, dengan rata-rata likes meningkat hingga 60%, sementara shares dan comments mengalami peningkatan masing-masing sebesar 35% dan 50%.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada pihak terkait yang ikut terlibat dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, L., Handayani, N., Susanti, S., & Azizah, M. (2024). STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN PEMBUATAN COMPANY PROFILE PADA UMKM KALIKEPITING SEJAHTERA KECAMATAN TAMBAK SARI. *Jurnal Kreativitas dan Inovasi (Jurnal Kreanova)*, 4(2), 50-55.
- Artanto, M. A. (2019). Optimalisasi Potensi Wisata Religi Di Desa Landangan, Kec. Kapongan, Kab. Situbondo Melalui Company Profile. *Warta Pengabdian*, 12(4), 358-367.
- Companyreport.visiglobal.co.id (2024). PT Global Aneka Pangan. Diakses dari: <https://company-report.visiglobal.co.id/id/perusahaan/id-ID0000365586/pt-global-aneka-pangan/>
- Praja, F. P. B. (2022). Peran Produser Video Company Profile Pada Strategi Digital Marketing Unknown Coffee Di Karanganyar, Jawa Tengah.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif & R&D. Bandung: Alfabeta.
- Wijaya, I. S., Fadhillah, M. D., Fitriyah, U. A. L., & Ardy, V. (2023). Penyusunan Konten Media Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Marketing UMKM Anisa Bakery. *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdi*, 4(2), 63-78.