

## **Peningkatan Personal Sales Pada PT. Precindo Abadi Guna Memastikan Keberlanjutan Bisnis**

**Erika<sup>1</sup>, Fitriana Aidnilla Sinambela<sup>2</sup>, Renza Fahlevi<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Universitas Internasional Batam, Kepulauan Riau, Indonesia

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Renza Fahlevi

**E-mail:** [renza.fahlevi@uib.ac.id](mailto:renza.fahlevi@uib.ac.id)

### **Abstrak**

*Dalam era globalisasi dan transformasi digital, perusahaan dituntut untuk mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan lingkungan bisnis guna mempertahankan daya saing dan keberlanjutan usaha. PT. Precindo Abadi sebagai perusahaan yang bergerak di bidang engineering dan fabrication menghadapi tantangan khususnya pada company profile karena belum optimal baik dari sisi kelengkapan informasi maupun tampilan visual. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi citra profesional perusahaan serta peluang bisnis di tengah persaingan industri yang semakin ketat. Oleh karena itu, kegiatan kerja praktik ini bertujuan untuk melakukan pembaruan company profile PT. Precindo Abadi sebagai strategi penguatan komunikasi dan promosi perusahaan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah difusi ipteks, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara tidak langsung menggunakan media chat bersama General Manager perusahaan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dan digunakan sebagai dasar perancangan company profile baru yang lebih informatif, modern, dan profesional. Luaran yang dihasilkan berupa company profile terbaru dalam format PDF dan template desain berbasis Canva. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pembaruan company profile mampu meningkatkan kualitas media promosi digital perusahaan dan mendukung peningkatan citra, kepercayaan klien, serta keberlanjutan bisnis PT. Precindo Abadi di masa mendatang.*

**Kata kunci** - personal sales, company profile, keberlanjutan bisnis

### **Abstract**

*In the era of globalization and digital transformation, companies are required to adapt quickly to changes in the business environment to maintain competitiveness and business sustainability. PT. Precindo Abadi, a company operating in the engineering and fabrication sector, faces challenges, particularly regarding its company profile, which is not yet optimal in terms of both information completeness and visual presentation. This condition has the potential to affect the company's professional image and business opportunities among increasingly fierce industry competition. Therefore, this internship activity aims to update the company profile as a strategy to strengthen company communication and promotion. The method used in this activity is the diffusion of science and technology, with data collection techniques through indirect interviews using chat media with the company's General Manager. The data obtained was then analyzed and used as the basis for designing a new company profile that is more informative, modern, and professional. The output generated is a new company profile in PDF format and Canva-based design templates. The results of the activity show that updating the company profile can improve the quality of the company's digital promotional media and is expected to support the enhancement of PT. Precindo Abadi's image, client trust, and business sustainability in the future.*

**Keywords** - personal sales, company profile, business sustainability

## PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan transformasi digital saat ini, setiap perusahaan dituntut untuk mampu beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi di dunia bisnis (Rahmasari, 2023). Persaingan dibidang manufaktur dan engineering menunjukkan kompetisi bisnis yang semakin ketat. Kondisi ini dipengaruhi oleh digitalisasi pemasaran, otomatisasi proses produksi, dan peningkatan standar profesionalisme di tingkat internasional yang semakin tinggi. Pada dasarnya, setiap perusahaan tentu memiliki tujuan untuk menghasilkan keuntungan agar tetap bisa bertahan hidup (Marwan & Aisyah, 2023; Fahlevi et al., 2025). Salah satu faktor utama keberhasilan dan keberlangsungan jangka panjang perusahaan adalah kemampuannya dalam mengelola perubahan secara efektif (Wahyudi et al., 2024). Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu beradaptasi dan merespons dengan cepat terhadap perubahan yang terjadi di pasar (Juninda et al., 2024). Perusahaan yang tidak mampu menyesuaikan diri dengan perubahan memiliki risiko untuk kehilangan daya saing, kehilangan pangsa pasar, serta gagal untuk mempertahankan loyalitas klien. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki strategi bersaing yang fleksibel dan dinamis yang memungkinkan perusahaan untuk bertahan serta memanfaatkan perubahan untuk meningkatkan kompetensi dan keunggulan bisnis perusahaan (Oktavia et al., 2024).

PT. Precindo Abadi merupakan salah satu perusahaan berlokasi di Batam yang bergerak di bidang engineering dan fabrication yang berdiri sejak tahun 2006. Pada awalnya, Precindo Abadi hanya berbentuk CV yang kemudian berkembang menjadi perusahaan yang mulai beroperasi pada tahun 2008. Sejak awal berdirinya, perusahaan ini berkomitmen untuk menghadirkan produk berkualitas tinggi yang dimulai dari merancang produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan, merealisasikan design tersebut menjadi produk yang sesuai dengan standar profesionalisme hingga mengirimkan produk yang sudah jadi ke pelanggan dengan tepat waktu. Komitmen untuk menghasilkan barang yang berkualitas, perusahaan bisa menciptakan loyalitas klien dan mitra, meningkatkan reputasi, serta memperoleh profit yang lebih tinggi (Tanjung et al., 2025).

Dalam proses produksinya, PT. Precindo Abadi memanfaatkan teknologi modern seperti CNC milling, EDM, wire cutting, grinding, dan tuning untuk memastikan presisi dan kualitas dari produk yang dihasilkan. Selain itu, perusahaan mampu bertahan hingga saat ini, telah menunjukkan kemampuannya yang mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dan mempertahankan reputasi yang telah dibangun selama ini.

Namun, di tengah perubahan dinamika pasar, perusahaan tentunya akan menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama tersebut berkaitan dengan penjualan produk. Kondisi saat ini menunjukkan bahwa semakin banyak pesaing yang muncul di kota Batam, sehingga penjualan produk perusahaan yang ada masih kurang optimal. Maka dari itu dibutuhkan *personal sales* untuk membantu menjual produk/jasa perusahaan. Selama ini para *personal sales* belum dibekali *sales kit* seperti *company profile*. Padahal *company profile* dianggap sebagai alat yang penting untuk meyakinkan calon konsumen terhadap produk/jasa dari PT. Precindo Abadi.

*Company profile* merupakan media yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai sarana promosi, publikasi dengan versi yang lebih interaktif melalui teks, gambar, audio, hingga video (Siswanto et al., 2021). *Company profile* dapat memberikan gambaran kepada calon pelanggan mengenai kondisi, *image*, serta menampilkan profesionalisme perusahaan (Akbar & Maulana, 2022; Ningsih & Oemar, 2021). *Company profile* yang saat ini yang dimiliki oleh PT. Precindo Abadi masih memiliki beberapa keterbatasan, seperti informasi yang disajikan dalam *company profile* masih belum lengkap serta desain *company profile* yang terlihat masih sederhana. Kondisi ini menunjukkan perlunya pembaruan *company profile* mengingat perubahan perilaku pelanggan dimasa kini, dimana sebagian besar proses pencarian dan evaluasi mitra bisnis dilakukan secara online. Perusahaan yang tidak menampilkan citra profesional melalui media digital berpotensi dianggap kurang kompetitif dan tertinggal dari pesaing yang lebih adaptif terhadap teknologi. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu membangun kehadiran digital yang kuat agar tetap relevan dan dipercaya di pasar global.

Tujuan dari pembaharuan *company profile* PT. Precindo Abadi adalah sebagai salah satu langkah strategis yang diambil untuk memperkuat citra perusahaan, meningkatkan kredibilitas di mata klien, serta memperluas peluang bisnis melalui media digital yang modern dan menarik. Dengan demikian, program pengabdian ini bertujuan untuk memperkuat strategi komunikasi perusahaan melalui media digital yang efektif dan modern.

## METODE

Kegiatan ini dilaksanakan selama 4 bulan, mulai dari bulan September hingga Desember. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

a. Tahapan Persiapan

Tahapan persiapan kegiatan kerja praktik ini dimulai dari koordinasi awal dengan dosen pembimbing dan juga General Manager PT. Precindo Abadi untuk menetapkan fokus kegiatan yang akan menjadi luaran dari kegiatan kerja praktik ini. Setelah fokus kegiatan dan luaran dari kegiatan kerja praktik sudah ditentukan, mahasiswa menyusun rencana kegiatan dan daftar informasi yang dibutuhkan untuk pembuatan *company profile*. Langkah ini sangat penting dalam membantu perusahaan untuk meningkatkan penjualan.

b. Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan kegiatan kerja praktik ini dimulai dengan proses pengumpulan data melalui wawancara menggunakan media chat dengan General Manager PT. Precindo Abadi untuk memperoleh informasi mengenai profil perusahaan, layanan, fasilitas, serta kebutuhan pembaruan *company profile*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi apa saja kekurangan pada *company profile* lama dan menentukan bagian mana aja yang perlu diperbaiki atau ditambahkan. Selanjutnya, mahasiswa menyusun konten *company profile* dengan versi yang lebih menarik dan informatif, lalu merancang desain visual *company profile* dengan memperhatikan identitas dan karakter perusahaan. Hasil rancangan tersebut dituangkan dalam bentuk draft awal dan dikirim kepada pihak perusahaan untuk ditinjau.

c. Tahapan Penilaian dan Pelaporan

Tahapan berikutnya adalah tahap penilaian dan pelaporan. Setelah menerima masukan dari perusahaan, mahasiswa melakukan revisi hingga mencapai hasil yang sesuai dengan harapan perusahaan. Kemudian *company profile* yang sudah memenuhi kebutuhan perusahaan difinalisasi dan diunduh dalam bentuk dokumen pdf agar dapat diberikan kepada pihak perusahaan beserta link canva. Setelah itu, mahasiswa menyerahkan dokumen dan link yang siap digunakan kepada pihak perusahaan. Mahasiswa juga menyusun laporan kerja praktik yang terdiri proses kegiatan, mulai dari pengumpulan data, perancangan, penilaian, finalisasi *company profile*, serta dokumentasi kegiatan.

Draft *company profile* yang telah dibuat, diberikan kepada perusahaan untuk diperiksa apakah sudah sesuai dengan kebutuhan atau belum. Kemudian tim pengabdian akan melakukan revisi berdasarkan umpan balik dari perusahaan dan mulai untuk menyusun finalisasi dari kegiatan pengabdian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Luaran yang dirancang dalam kegiatan pengabdian ini adalah *company profile* untuk PT. Precindo Abadi yang disusun dengan tampilan lebih profesional, informatif, dan sesuai kebutuhan promosi perusahaan di era digital. Perancangan luaran dimulai dengan mengumpulkan data melalui wawancara dengan General Manager perusahaan, kemudian data tersebut dikumpulkan dan disusun agar bisa menjadi *company profile* yang dapat digunakan untuk meningkatkan sales perusahaan dikemudian hari. Konten dari *company profile* yang dirancang terdiri dari profil perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi, partner perusahaan, layanan utama, machine safety, fasilitas proyek, portfolio proyek, serta informasi kontak perusahaan.

---

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

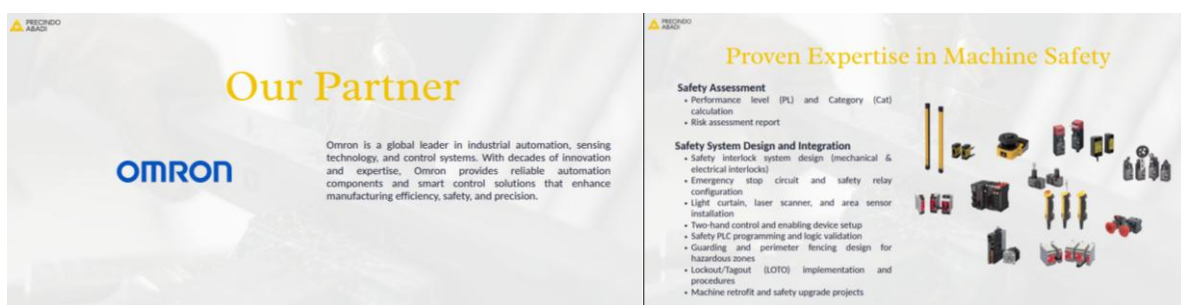
Selanjutnya, dilakukan perancangan desain visual dengan menyesuaikan tema warna dan gaya desain yang mampu mencerminkan identitas perusahaan. Desain dibuat agar tampilan terlihat lebih modern dan mudah dibaca. Pada halaman sampul (cover), dibuat nama perusahaan beserta tagline yang bertujuan untuk memberikan identitas yang jelas dan kesan pertama kepada pembaca sehingga calon klien, mitra bisnis maupun pihak eksternal dapat mengenali perusahaan dengan mudah. Di halaman selanjutnya, dilanjutkan dengan informasi singkat mengenai sejarah, visi misi, serta struktur organisasi. Ini ditunjukkan pada Gambar 1 dan bagian ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai identitas perusahaan sejak awal berdiri hingga kondisi saat ini, arah dan tujuan perusahaan, serta susunan manajemen dalam perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan pemahaman calon klien maupun mitra bisnis terhadap kondisi perusahaan.



Gambar 1.

Tampilan Halaman Sampul (Cover) PT. Precindo Abadi

Pada Gambar 2 ditampilkan kerja sama perusahaan dengan Omron sebagai mitra teknologi di bidang otomasi industri, yang menunjukkan kredibilitas serta penggunaan komponen berstandar internasional. Sementara itu, pada bagian machine safety expertise, dijelaskan kompetensi perusahaan dalam melakukan safety assessment, analisis risiko, desain sistem keselamatan, serta implementasi solusi keselamatan mesin sesuai dengan standar internasional. Informasi ini bertujuan untuk memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia jasa manufacture dan engineering yang mengutamakan keselamatan dan kepatuhan terhadap regulasi industri.



Gambar 2.

Tampilan Partner dan Keamanan Mesin PT. Precindo Abadi

Pada gambar 3 ditunjukkan kemampuan inti (core capabilities), layanan nilai tambah (value added services), serta alasan utama mengapa klien perlu menggunakan jasa atau memilih PT. Precindo Abadi. Informasi tersebut mencakup adanya sertifikat ISO, kompetensi teknis, kualitas produk, tim profesional yang berpengalaman, serta fasilitas mesin yang efisien. Penyajian ini bertujuan untuk menegaskan posisi perusahaan dibandingkan pesaing dan memberikan keyakinan kepada calon klien mengenai kualitas layanan yang ditawarkan.



Gambar 3.

Tampilan Competitive Advantage PT. Precindo Abadi

Gambar 4 menampilkan fasilitas produksi yang dimiliki oleh PT. Precindo Abadi, seperti quality inspection, CNC milling, EDM, wire cut, milling, turning, grinding, dan welding. Dokumentasi visual ini menunjukkan kesiapan sarana dan prasarana perusahaan dalam mendukung proses produksi dan fabrikasi. Penampilan fasilitas bertujuan untuk meningkatkan transparansi serta memberikan gambaran nyata mengenai kapasitas produksi dan kemampuan teknis perusahaan kepada calon klien dan mitra bisnis.



Gambar 4.

Tampilan Fasilitas PT. Precindo Abadi.

Gambar 5 menampilkan berbagai macam contoh kegiatan proyek PT. Precindo Abadi. Ditunjukkan beberapa hasil proyek yang bertujuan untuk memperlihatkan pengalaman perusahaan dalam menangani berbagai proyek otomasi dan integrasi sistem, sekaligus menjadi bukti nyata kompetensi teknis yang dimiliki perusahaan serta profesionalismenya. Selain itu, portfolio proyek juga menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan produk dengan tingkat presisi tinggi dan kualitas yang konsisten dengan memanfaatkan fasilitas yang tersedia.



Gambar 5.

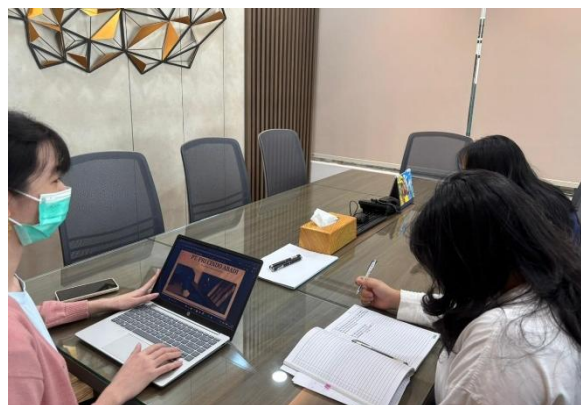
Tampilan Aktivitas Proyek PT. Precindo Abadi

Gambar 8 menampilkan halaman informasi kontak PT. Precindo Abadi yang mencakup alamat website, kontak sales & marketing, nomor telepon, email, alamat perusahaan, serta QR code yang terhubung ke lokasi Google Maps. Penyajian informasi kontak ini bertujuan untuk memudahkan calon klien dan mitra bisnis dalam menghubungi perusahaan serta meningkatkan aksesibilitas dan kepercayaan terhadap perusahaan melalui media digital karena calon klien dan mitra bisnis dapat mengakses informasi- informasi penting melalui website yang tersedia serta *company profile* yang telah dibuat.



**Gambar 8.**  
Tampilan Portfolio Proyek PT. Precindo Abadi

Setelah itu tim pengabdian memberikan draft awal *company profile* yang telah dibuat kepada pihak perusahaan untuk mendapatkan masukan. Revisi dilakukan hingga perusahaan menyatakan bahwa *company profile* tersebut telah sesuai dengan kebutuhan. Proses ini juga memastikan bahwa informasi yang disajikan akurat, relevan, dan mencerminkan kondisi aktual perusahaan. Dengan demikian, *company profile* yang dihasilkan dapat digunakan secara optimal sebagai media representasi dan promosi perusahaan.



**Gambar 9.**  
Menjelaskan Company Profile kepada Staff Perusahaan

Gambar 9 menunjukkan kegiatan penjelasan *company profile* yang baru kepada staff perusahaan. Pada kegiatan ini, penyampaian informasi dilakukan melalui media presentasi (laptop), sementara staff memperhatikan dan mencatat poin-poin penting yang disampaikan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada staff mengenai *company profile* yang telah diperbarui guna untuk meningkatkan penjualan.

## KESIMPULAN

PT. Precindo Abadi merupakan perusahaan berbasis di kota Batam yang bergerak di bidang engineering dan fabrication. Tujuan utama pengabdian ini adalah memperkuat citra, daya saing, serta penjualan perusahaan melalui pembaruan media promosi yaitu *company profile*. Adapun metode pelaksanaan yang digunakan yang terdiri dari pengumpulan data melalui wawancara kepada General Manager dan juga salesman untuk memperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan terkait profil perusahaan, visi, misi, layanan, fasilitas, hingga porfolio. Kemudian dilanjutkan dengan proses perancangan luaran yang terdiri dari mengidentifikasi kebutuhan, perancangan konten, pengumpulan data hingga penyusunan struktur konten *company profile* yang baru. Setelah itu, draft yang telah dibuat dikirimkan kepada perusahaan untuk ditinjau, dan direvisi berdasarkan masukan, finalisasi, hingga penyusunan laporan kegiatan.

Hasil luaran yang dicapai dari kegiatan pengabdian ini adalah tersedianya dokumen *company profile* baru untuk PT. Precindo Abadi yang lebih informatif, profesional, dan modern. Luaran ini mencakup konten yang lengkap dan akurat mengenai informasi dasar, visi, misi, struktur organisasi, daftar layanan, portofolio, dan fasilitas perusahaan, yang dapat merepresentasikan identitas perusahaan secara konsisten. Selain dokumen final dalam format PDF dan link Canva, luaran juga mencakup template desain yang dapat diperbarui oleh perusahaan di masa mendatang. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil meningkatkan kualitas media promosi digital perusahaan dan memenuhi target kegiatan.

Berdasarkan luaran yang telah dicapai berupa *company profile* yang baru, terdapat beberapa saran dan masukan untuk diimplementasikan di masa depan, seperti *company profile* yang telah dibuat diintegrasikan secara penuh ke dalam seluruh kanal pemasaran digital PT. Precindo Abadi (seperti website, media sosial, dan email pemasaran) untuk memastikan konsistensi citra merek dan memaksimalkan jangkauan promosi. Kemudian, perusahaan perlu menetapkan jadwal tinjauan dan pembaruan data secara berkala, serta mengukur efektivitas dari penggunaan *company profile* yang baru.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada manajemen PT. Precindo Abadi yang telah bersedia untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa dan dosen dari Universitas Internasional Batam (UIB) untuk melaksanakan program pengabdian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. R., & Maulana, A. (2022). Perancangan company profile Arh Construction Group. *Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 4(2), 51–56. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i2.1>
- Fahlevi, R., Sinambela, F. A., & ... (2025). Program peningkatan penjualan melalui pemasaran digital pada Kedai Kopi Aan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(4), 1433–1439. <http://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmmba/article/view/2423%0Ahttps://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmmba/article/download/2423/1810>
- Juninda, N. A., Oktavia, Y., & Sanjaya, V. F. (2024). Strategic agility sebagai strategi kompetitif di era disrupsi digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 205–216. <https://journal.staittd.ac.id/index.php/ai/article/view/251>
- Marwan, M. P., & Aisyah, S. (2023). Analisis efektivitas sistem pengendalian internal atas persediaan barang dagang pada PT. Aneka Ragam Engineering. *Jurnal MAIBIE (Management, Accounting, Islamic and Islamic Economic)*, 1(1), 95–107. <https://kti.potensi-utama.org/index.php/MAIBIE/article/view/764/81>
- 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/>

- Oktavia, Dzakirah, N. A., Defana, M. A. B., & Noviyanti, I. (2024). Beradaptasi dengan perubahan pasar dalam strategi bersaing yang fleksibel dan dinamis. *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi (DINAMIKA)*, 4(2), 24–29. <http://journal.stiestekom.ac.id/index.php/dinamika>
- Rahmasari, S. (2023). Strategi adaptasi bisnis di era digital: menavigasi perubahan dan meningkatkan keberhasilan organisasi. *Universitas Djuanda*, 2(3), 622–636. <https://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/view/9281>
- Siswanto, E., Kusumajaya, R. A., & Fitriani, N. (2021). Pembuatan multimedia company profile CV. Sarana Wijaya sebagai media informasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 17–32. <https://sihojournal.com/index.php/jukoni/article/download/264/210>
- Tanjung, D. P., Zega, J. H. Y., Zai, I. I., & Harefa, D. I. P. (2025). Kualitas dalam memproduksi suatu barang dan jasa. *JUKONI: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 15–22. <https://sihojournal.com/index.php/jukoni/article/download/264/210>
- Wahyudi, Susbiyantoro, Dassucik, Lutfi, & Syavardie, Y. (2024). Strategi manajemen perubahan yang efektif: Belajar dari keberhasilan transformasi organisasi. *Jurnal Cahaya MANDALIKA*, 1544–1554. <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jcm/article/view/2907>