

PERANCANGAN COMPANY PROFILE KOPERASI GOTONG ROYONG 164

Dwiyantoro Agustiyani¹, Susilawati Thabrany², M. Yana Hardiman³

*Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta
Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kukusan, Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16424
dwiyantoro.agustiyani.tgp18@mshw.pnj.ac.id*

ABSTRAK

Koperasi Gotong Royong 164 memosisikan dirinya sebagai lembaga yang dibentuk dengan kepentingan yang sama, yaitu menyatukan kepentingannya sebagai anggota koperasi guna mencapai kesejahteraan anggotanya. Namun, Koperasi Gotong Royong belum memiliki *company profile* yang nantinya akan digunakan untuk memperkenalkan dan menyebarkan informasi tentang Koperasi Gotong Royong 164, sehingga calon mitra bisnis dapat mengenal koperasi ini. Tujuan dari penulisan laporan ini adalah menjelaskan proses perancangan *company profile* Koperasi Gotong Royong 164. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan cara menggunakan metode wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian adalah *company profile* Koperasi Gotong Royong 164 dengan konsep desain yang sesuai karakteristik yaitu, modern dan simpel. *Company profile* itu sendiri memiliki gambaran umum sebuah perusahaan yang bertujuan untuk memberitahu klien tentang produk atau jasa yang ditawarkan. Lalu, manfaat penelitian ini adalah untuk pemaparan proses perancangan *company profile* yang mempresentasikan lembaga koperasi yang modern dan simpel.

Kata kunci: *Koperasi Gotong Royong 164, company profile, simpan pinjam*

ABSTRACT

Cooperation Cooperatives position themselves as institutions formed with the same interests, namely to unite their interests as members of cooperatives in order to achieve the welfare of their members. However, the Gotong Royong Cooperative does not yet have a company profile which will later be used to introduce and disseminate information about the Gotong Royong Cooperative so that potential business partners can get to know the Gotong Royong Cooperative well and correctly. The purpose of writing this report is to explain the process of designing the company profile of the Gotong Royong Cooperative 164. This research method uses a descriptive qualitative method by using interview and observation methods. The result of the research is the Company Profile of the Gotong Royong Cooperative 164 with a design concept that fits the characteristics of the Gotong Royong 164 Cooperative, which is modern and simple. The company profile itself has an overview of a company that aims to inform clients about the products or services offered. Later the results of this research can be useful, especially for the institution and for personal benefits.

Keywords: *cooperative Gotong royong 164, Company Profile, Savings and Loan*

PENDAHULUAN

Koperasi sebagai suatu kesatuan ekonomi dibentuk dengan kepentingan yang sama, kelompok masyarakat ini menyatukan kepentingannya sebagai anggota koperasi guna mencapai kesejahteraan anggota. Anggota merupakan motor penggerak perkembangan dan keberhasilan koperasi. Partisipasi anggota dalam koperasi sangat penting dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.[1] Koperasi Gotong Royong 164 adalah Lembaga yang bergerak dibidang koperasi simpan pinjam, aneka jasa, dan perdagangan umum. Lembaga ini berdiri pada tahun 2016 sesuai dengan keluarnya SK dari Kementerian Koperasi & UKM.

Koperasi simpan pinjam adalah lembaga yang bergerak dalam bidang keuangan dengan kegiatan usaha yang berupa menerima simpanan maupun pinjaman. Dalam menjalankan usahanya, semua tipe koperasi memegang asas yang sama yaitu asas kekeluargaan [2]. Hal ini ditujukan untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Dikoperasi Gotong Royong ini anggota diwajibkan membayar uang simpanan sebesar Rp.20.000 setiap bulan, dan untuk anggota yang ingin meminjam uang di koperasi harus menyetujui perjanjian dengan pengembalian jangka waktu 10 bulan dengan bunga 3%. Koperasi Gotong Royong juga ada serba usaha bagi anggotanya yang ingin mencoba memulai ber-niaga, seperti toko sembako, pom bensin mini, dan jenis usaha sebagainya [3].

Sebagai lembaga koperasi yang terbilang cukup lama, Koperasi Gotong Royong 164 ingin mengembangkan lembaganya dengan cara menjalin kerjasama dengan dengan calon mitra bisnis. Namun, Koperasi Gotong Royong 164 belum memiliki *company profile* yang nantinya akan digunakan untuk memperkenalkan dan menyebarkan informasi, sehingga calon mitra bisnis dapat mengenal Koperasi Gotong Royong 164 dengan baik dan benar. *Company profile* itu sendiri berisi kumpulan informasi perusahaan seperti profil perusahaan, pencapaian usaha, dan hal lain yang mendukung informasi tersebut. Dalam proses perancangan penelitian ini menggunakan teori Ford yang terdapat beberapa tahapan dalam proses pembuatan *company profile* Koperasi Gotong Royong 164.

Berdasarkan penjelasan di atas tersebut, perancangan tugas akhir ini bertujuan untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh Koperasi Gotong Royong 164 dengan cara merancang *company profile* dan media pendukung lainnya agar dapat memberikan informasi dan menawarkan investasi atau kerjasama kepada mitra bisnis yang lain [4].

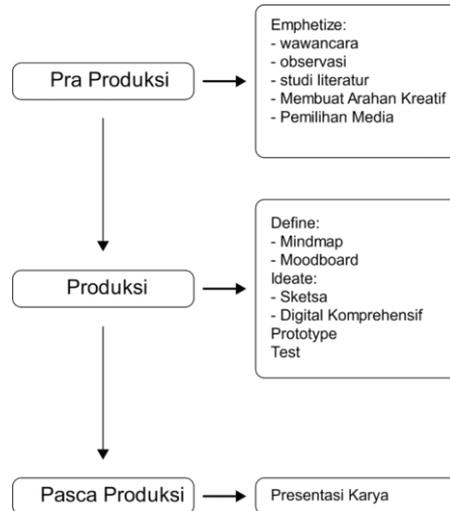
Lalu, manfaat penelitian ini bagi klien adalah sebagai media kerjasama yang dapat memberikan informasi dan menawarkan kerjasama kepada mitra bisnis yang lain, sedangkan bagi akademis diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dalam bidang desain grafis terutama dalam bidang perancangan *company profile* [5].

METODE PENELITIAN

Dalam merancang *company profile* Koperasi Gotong Royong 164 perlu pengumpulan data, fakta dan informasi agar penulisan ini sesuai dengan tujuan dan manfaat. Untuk memenuhi persyaratan tersebut, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif, dimana alur penulisan desain Profil Perusahaan Koperasi Gotong Royong 164 berbentuk narasi, kemudian dideskripsikan dengan teori, data dan informasi terkait laporan [6].

Metode Riset Desain

Perancangan ini dilaksanakan menggunakan beberapa tahapan, salah satunya tahapan design thinking (Ford), yaitu *emphatize*, *define*, *ideate* dan *prototype*. Tahapan tersebut ditunjukkan pada bagan berikut ini:



Gambar 1. Metode Riset Desain

Metode Pengumpulan Data

Dalam perancangan tugas akhir ini, penulis melakukan wawancara dengan Soetono Toere selaku ketua dari Koperasi Gotong Royong 164. Lalu melakukan observasi dengan datang langsung ke kantor dari Koperasi Gotong Royong 164, dan studi literatur yang dipelajari adalah kumpulan data dan informasi dari buku, jurnal ilmiah dan website yang hasilnya berupa informasi seputar koperasi di Indonesia, produk, dan kompetitor dari Koperasi Gotong Royong 164.

HASIL dan PEMBAHASAN

Setelah mengetahui metode riset desain dan metode pengumpulan data. Tahapan selanjutnya adalah menganalisis, mengolah, dan menjabarkan data yang telah didapatkan serta membuat karya yang berasal dari data tersebut. Pembuatan karya melalui beberapa tahapan yang sesuai dengan bagan yang ada di metode riset desain bagian produksi.

Profil Klien



Gambar 2. Logo Koperasi Gotong Royong

Koperasi Gotong Royong 164 berdiri pada 2016 oleh Soetono Toere yang memiliki ketertarikan pada unit simpan pinjam. Kogoro 164 sudah memiliki SK dan sudah diakui keberadaannya oleh Kementerian Koperasi Indonesia. Koperasi simpan pinjam adalah lembaga yang bergerak dalam bidang keuangan dengan

kegiatan usaha yang berupa menerima simpanan maupun pinjaman. Dalam menjalankan usahanya, semua tipe koperasi memegang asas yang sama yaitu asas kekeluargaan. Hal ini ditujukan untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Produk Knowledge

1. Produk yang ditawarkan oleh Koperasi Gotong Royong 164 adalah Simpan Pinjam yang bergerak dalam bidang keuangan dengan kegiatan usaha yang berupa menerima simpanan maupun pinjaman. Jika anggota ingin meminjam uang kepada Koperasi Gotong Royong 164, Anggota harus mengembalikan pinjaman tersebut dengan tenor 10 bulan, dan dengan ditambah bunga sebesar 3%. Serta untuk simpanan, senilai Rp 20.000 setiap bulannya.
2. Produk selanjutnya yang ditawarkan oleh Koperasi Gotong Royong adalah Perdagangan Eceran Berbagai Macam barang yang utamanya makanan dan minuman. Dari hasil produksi anggota koperasi nantinya akan didedarkan di beberapa minimarket atau supermarket.

Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data, data-data tersebut diolah lalu dikelompokkan dengan menggunakan metode SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, dan Threats*). Berikut tabel SWOT yang telah diperoleh dari data:

Tabel 1 Analisis SWOT

	<p><i>Kekuatan (Strength)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Koperasi Gotong Royong sudah memiliki cabang di Cirebon yang mana calon anggota maupun calon mitra bisnis bisa lebih percaya kepada Koperasi Gotong Royong 164 • Pinjaman aung tidak ada batas maksimal. • Bunga pinjaman rendah 	<p><i>Kelemahan (Weakness)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Jangka waktu pengembalian maksimal 10 bulan • Belum ada sistem secara Syariah • Belum banyak produk yang ditawarkan
--	---	---

<p>Kesempatan (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banyaknya masyarakat yang ingin meminjam uang dengan bunga rendah dengan begitu bisa meningkatkan potensi berkembangnya Koperasi. • Perkembangan teknologi informasi dan bisnis syariah menjadi kombinasi yang harus dimanfaatkan. 	<p>Strategi SO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menerapkan identitas visual Koperasi Gotong Royong 164 pada desain <i>company profile</i>. • Menampilkan informasi maupun produk dari Koperasi Gotong Royong 164. 	<p>Strategi WO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat media Koperasi Gotong Royong 164 dalam bentuk digital dan fisik. • Membuat media dengan desain yang menarik, informatif, sesuai dengan gaya visual Koperasi sehingga terdapat kesatuan identitas visual.
<p>Ancaman (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banyak koperasi yang menggunakan sistem syariah. • Banyaknya produk yang ditawarkan oleh koperasi lain.. 	<p>Strategi ST:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mempusatkan keunggulan produk Koperasi Gotong Royong 164 pada desain <i>Company Profile</i> • Menunjukkan identitas visual Koperasi pada desain <i>Company Profile</i>. 	<p>Strategi WT:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat berbagai macam produk yang mendukung kegiatan perkembangan koperasi.

Konsep Visual

Konsep visual yang akan dibuat berdasarkan arahan kreatif yang telah dirancang berdasarkan hasil analisis data. Pada konsep ini, pengembangan dari tone and manner yang berdasarkan arahan kreatif menjadi dasar untuk Perancangan Company Profile Koperasi Gotong Royong 164. Dalam *creative brief*, tone and manner yang ditentukan untuk pembuatan *Company Profile* Koperasi Gotong Royong 164, yaitu modern dan simple. Yang menentukan tone and manner berdasarkan tahapan *mindmap* dan *moodboard* yang dikembangkan sehingga mendapatkan key visual yang akan dipakai dalam pembuatan alternatif desain *company profile* Koperasi Gotong Royong 164.

1. Mindmap

Dalam tahap mindmap, penjabaran mindmap berdasarkan dari tone and manner, yaitu modern dan simple. Berikut mindmap *company profile* dari koperasi Gotong Royong 164:

Karya

Company profile Koperasi Gotong Royong 164 menggunakan konsep modern dan simpel yang merupakan ciri khas Koperasi Gotong Royong 164. Karakteristik Lembaga harus tercermin dalam suatu *company profile* yang baik. Sebagai Lembaga koperasi, Koperasi Gotong Royong 164 ingin mempunyai kesan terpercaya dan loyalitas yang baik. Konsep ini dipresentasikan dalam penerapan konsep simpel, tata letak yang dinamis, serta bentuk ilustrasi yang fleksibel. Karakter lain yang ingin disampaikan pada *company profile* Koperasi Gotong Royong 164 adalah modern. Karakter modern merepresentasikan Koperasi Gotong Royong dari sistem pinjaman yang kekinian dengan unsur kekeluargaan. Konsep modern ini dipresentasikan dalam penggunaan objek *flat design* sebagai elemen pendukung desain sehingga terlihat menarik. Konsep modern tercermin dari jenis huruf yang menggunakan jenis huruf sans serif yang dimana huruf ini mempunyai kesan dinamis.



Gambar 5. *Company Profile* Koperasi Gotong Royong

SIMPULAN

Koperasi Gotong Royong 164 sebagai lembaga koperasi yang belum begitu besar, memerlukan *Company Profile* yang nantinya akan digunakan sebagai media kerjasama kepada calon mitra bisnis. Oleh karena itu, Perancangan *company profile* memerlukan beberapa tahapan sehingga menjadi *company profile* yang sesuai dengan karakteristik Koperasi Gotong Royong 164 itu sendiri. Tahapan-tahapan tersebut dimulai dari pengumpulan data, analisis data, arahan kreatif, *mindmap*, *moodboard*, sketsa, konsep visual, proses pembuatan karya desain, dan pembuatan media pendukung karya visual. Konsep yang digunakan ialah modern dan simpel. Karakter simpel dipresentasikan Koperasi Gotong Royong dari sistem pinjaman yang kekinian sehingga memudahkan para anggota koperasi, dan karakter modern dipresentasikan dalam penggunaan flat design sebagai objek pendukung, dan penggunaan font sans serif yang mempunyai kesan dinamis.

Diharapkan dengan adanya *Company Profile* dan media pendukung lainnya, Koperasi Gotong Royong 164 bisa menjalin kerjasama dengan berbagai calon mitra bisnis serta dapat dikenal lebih baik lagi oleh masyarakat luas, khususnya calon mitra bisnis Koperasi Gotong Royong 164.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang membantu dalam penyusunan artikel ilmiah ini. Terkhusus untuk keluarga yang telah memberikan berbagai macam dukungan, ibu Sulilawati Thabrany dan bapak M. Yana Hardiman yang telah memberikan bimbingan dalam penyusunan artikel ilmiah ini. Terimakasih untuk Soetono Toere selaku klien. Tidak lupa kepada teman-teman DG8A yang sangat mendukung kelancaran penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anafarhanah, S. 2019. *Tren Busana Muslimah Dalam Perspektif Bisnis dan Dakwah*. Banjarmasin: UIN Antasari.
- [2] Hidayanti, M., dan Putri, K. W. 2018. *Trend Perubahan Gaya Hidup Muslim*. Banjarmasin: Politeknik Negeri Banjarmasin.
- [3] Goeinawan, V. T., Natadjaja, L., dan Salamoona, D., K. 2021. *Perancangan Ulang Company Profile JawaPos.com sebagai Media Informasi dan Promosi*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- [4] Abulhafizh, L. G., dan Djatiprambudi, D. 2020. *Perancangan Company Profile Jurusan Desain Universitas Negeri Surabaya*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- [5] Ristiyawati, R., A. 2018. *Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi Pada Sp-Plast Sablon Ungaran Berbasis Multimedia Interaktif*. Semarang: Sekolah Tinggi Elektronika dan Komputer.
- [6] Anggito, A., dan Setiawan, J. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak.