

## **PENERAPAN STRATEGI PROMOSI PADA UMKM HOME LAUNDRY**

### ***IMPLEMENTATION OF PROMOTIONAL STRATEGIES AT HOME LAUNDRY MSMEs***

**Vivi Sonata<sup>1</sup>, Wisnu Yuwono<sup>2</sup>**

<sup>1-2</sup>Prodi Manajemen, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

Korespodensi: <sup>1</sup>[vivisonata9@gmail.com](mailto:vivisonata9@gmail.com)

#### **ABSTRACT**

*Home Laundry is an SME that operates in the clothing laundry service sector. SME Home Laundry offers clothes washing, dry cleaning, and ironing services, clothes, and washing dolls, shoes, carpets, and others. The income earned by SMEs is considered unstable, therefore this service activity is carried out to help SMEs solve these problems. The data collection methods used in this activity were observation and interviews. This activity produces a digital marketing strategy for SMEs to implement through social media Instagram and the advice that can be given to SME is that SMEs can take advantage of advances in digital technology to carry out promotions and attract customer attention which has a good impact on the development of SME businesses.*

**Keywords :** MSMEs, Strategy, Business

#### **ABSTRAK**

Home Laundry adalah UMKM yang bergerak di bidang jasa laundry pakaian. UMKM Home Laundry menawarkan jasa cuci pakaian, cuci kering setrika dan setrika tidak hanya pakaian juga menerima cuci boneka, sepatu, karpet dan lain – lain. Penghasilan yang diperoleh UMKM ini terbilang tidak stabil, oleh karena itu kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk membantu UMKM dalam memecahkan permasalahan tersebut. Metode pengumpulan data yang digunakan pada kegiatan ini adalah observasi dan wawancara. Kegiatan ini menghasilkan strategi digital marketing untuk UMKM terapkan melalui sosial media instagram dan saran yang bisa diberikan kepada UMKM ialah UMKM dapat memanfaatkan kemajuan teknologi digital untuk melakukan promosi dan menarik perhatian pelanggan yang berdampak pada baik untuk perkembangan usaha UMKM.

**Kata Kunci :** UMKM, Strategi, Usaha



## 1. PENDAHULUAN

UMKM adalah usaha yang didirikan secara mandiri oleh pribadi dengan modal yang terbatas yang terbatas dan didalamnya masih belum termasuk bangunan dan tanah (Dessyarti *et al.*, 2023). Home Laundry adalah UMKM yang bergerak di bidang jasa laundry pakaian. Pemilik UMKM ini bernama Yati Tan, yang bertempat tinggal di Ruko Anggrek sari Blok F6 No.19, Batam. UMKM Home Laundry ini didirikan oleh ibu Yati Tan untuk menambah penghasilan. UMKM Home Laundry menawarkan jasa cuci pakaian, cuci kering setrika dan setrika tidak hanya pakaian juga menerima cuci boneka, sepatu, karpet dan lain – lain. Dalam pengerjaan laundry UMKM ini menawarkan jasa cuci dan gosok express laundry yaitu pakaian siap dalam kurung waktu 1 hari.

UMKM Home Laundry juga menyediakan jasa antar jemput pakaian yang ingin di laundry dan dalam 1 bulan omset yang didapatkan dari hasil usaha rata - rata 25 juta. UMKM ini memiliki 4 karyawan tidak termasuk dengan pemilik usaha. Jumlah aset yang dimiliki mitra kurang lebih sekitar 50 juta. Tujuan yang ingin dicapai dari proyek ini ialah mempromosikan usaha UMKM dengan melalui postingan di sosial media seperti instagram dan memberikan bimbingan dalam membuat konten postingan.

Manfaat dari kegiatan ini ialah membantu UMKM dalam meningkatkan hasil keuntungan usaha dengan cara meraih pelanggan baru melalui pemanfaat teknologi digital yang sudah berkembang pesat serta menjadi pembelajaran bagi UMKM dalam memanfaatkan teknologi secara positif (Info, 2023), untuk keberlangsungan dan perkembangan usaha. Permasalahan yang dialami oleh UMKM Home Laundry ialah penghasilan yang diperoleh UMKM ini terbilang tidak stabil, bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.1** Pendapatan UMKM Home Laundry

Bulan	Jumlah
Juli 2023	Rp. 22.000.000,-
Agustus 2023	Rp. 25.000.000,-
September 2023	Rp. 23.000.000,-

Sumber: Hasil Kegiatan Pengabdian (2023)



Kegiatan ini dilakukan guna membantu UMKM untuk mendapatkan pendapatan yang lebih stabil dan dapat meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Pengertian Pelaku Usaha dan UMKM**

Menurut Saiful Bahgia, et.al. (2023), Pelaku Usaha adalah sebagaimana tercantum dalam PP nomor 39 tahun 2021, yaitu, orang perseorangan atau badan usaha berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang menyelenggarakan kegiatan usaha di wilayah Indonesia. Sedangkan UMKM memiliki beberapa kriteria (Saiful Bahgia, et.al., 2023), Adapun kriteria tersebut adalah berdasarkan modal berikut ini :

1. Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
2. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan
3. Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

### **2.2 Strategi Promosi**

Berdasarkan pendapat Ningrum, et.al. (2023), Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu Perusahaan dengan masyarakat luas, dimana tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu (barang/ jasa/ merek/ perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut. Keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen memilih dan mengevaluasi produk atau jasa, sering kali konsumen mempertimbangkan berbagai hal yang sesuai dengan kebutuhannya dalam proses keputusan pembelian tersebut.



## 2.3 Home Laundry

Home laundry merupakan usaha jasa pelayanan yang menyediakan layanan membersihkan pakaian yang telah dititipkan. Selain menyediakan pelayanan membersihkan pakaian, Home Laundry juga menjual produknya sendiri yang berkaitan dengan mencuci pakaian, seperti parfum laundry, deterjen, pelembut pakaian, pelicin setrika (Media Mahasiswa Indonesia, 2023).

## 3. METODE

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada kegiatan pengabdian ini ialah melalui wawancara dan observasi. Wawancara pada kegiatan ini dilakukan dengan pemilik usaha dan observasi adalah metode yang dimana menggunakan panca indera sebagai alat bantu untuk menilai kegiatan keseharian dan mendapatkan informasi tentang usaha home laundry ini.

Luaran yang dihasilkan dari kegiatan ini ialah sosial media instagram dan google maps. Rancangan ini dapat diakses oleh mitra agar memudahkan mitra ketika akan melakukan penambahan ataupun pengeditan pada konten promosi yang akan dibuat dan dibagikan ke pelanggan. Kegiatan pengabdian ini dilakukan di UMKM Home Laundry yang bertempat tinggal di Ruko Anggrek Sari, Batam Center dan pelaksanaan kegiatan ini dimulai dari tanggal 1 September 2023 hingga 1 desember 2023 yang berlangsung selama kurang lebih 13 minggu.

Kegiatan pegabdian ini terdiri dari beberapa tahapan, sebagai berikut:

1. Tahapan Persiapan, dimulai dengan melakukan survei tempat ke lokasi UMKM, untuk menentukan UMKM mana yang akan dipilih sebagai mitra kerja praktek dan melakukan observasi permasalahan dengan melalui wawancara ke pemilik usaha.
2. Tahpan Pelaksanaan, dimulai dengan menyimpan atau mengambil foto-foto hasil dari jasa usaha yang UMKM lakukan kemudian diedit untuk membuat konten postingan yang akan menarik pelanggan untuk mencoba jasa laundry dari usaha UMKM.



3. Tahapan Penilaian dan Pelaporan, pada tahapan ini dilakukannya penyelesaian dari kegiatan yang dirancang guna membantu UMKM mengatasi permasalahan yang dialami UMKM kemudian evaluasi dari dosen pembimbing dan finalisasi laporan kerja praktek.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Lingkup Pengerjaan Proyek

Lingkup dari proyek ini adalah membantu UMKM Home Laundry dalam merancang strategi digital marketing guna mendapatkan pelanggan baru dan memperkenalkan usaha UMKM ke masyarakat, strategi yang diimplementasikan menggunakan sosial media sebagai wadah pelaksanaan promosi, dimana sosial media yang digunakan sebagai sarana promosi ialah instagram (Admin, 2020). Kegiatan pengabdian ini dilakukan di UMKM Home Laundry yang bertempat tinggal di Ruko Angrek Sari, Batam Center dan pelaksanaan kegiatan ini dimulai dari tanggal 1 September 2023 hingga 1 Desember 2023 yang berlangsung selama kurang lebih 13 minggu.

Berikut luaran kegiatan yang dihasilkan:

1. Sosial Media UMKM

Media Sosial adalah sebuah aplikasi yang menggunakan internet memberikan kesempatan pada pengguna untuk saling berhubungan, berkomunikasi dengan pengguna lainnya membentuk suatu ikatan sosial melalui dunia maya. Sosial media UMKM dapat dilihat melalui instagram dengan akun bernama home laundry batam.

2. Google Maps

Untuk menemukan lokasi UMKM maka pelanggan dapat mencari nama usaha UMKM yaitu Home Laundry melalui google maps, dapat juga diakses melalui link ini dibawah ini:

<https://maps.app.goo.gl/i2GAvfGgucaoJJEB>



## Proses Implementasi Luaran

Penyelesaian yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang dialami oleh UMKM Home Laundry adalah dengan menerapkan strategi digital marketing untuk UMKM melalui media sosial instagram. Media sosial instagram berguna untuk menjangkau pelanggan baru lebih banyak lagi dan usaha UMKM dapat diketahui oleh lebih banyak orang Santika (2023), adapun konten yang terdapat didalam media sosial isntagram yang dapat dilihat oleh pelanggan saat mengunjungi isntagram UMKM, sebagai berikut:

1. “Story” yang berisi kegiatan yang UMKM lakukan sehari-hari, jumlah pakaian yang diterima UMKM dari pelanggan untuk di laundry dan hasil dari pakaian yang sudah di laundry kemudian dipacking dengan rapi.
2. “Hilight” berisi kegiatan yang hampir sama dengan yang ada di story, namun yang membedakannya adalah kegiatan yang UMKM soroti untuk memberikan informasi ke pelanggan salah satunya adalah keamanan yang dimana apabila ada uang yang ketinggalan didalam baju yang akan dilaundry akan dikembalikan ke pelanggan.
3. “Post” berisi tentang informasi mengenai usaha UMKM seperti: harga laundry, fasilitas laundry yaitu antar jemput dan barang apa saja yang bisa dilaundry oleh UMKM.

## Hasil Proses Implementasi Luaran

Berikut proses implementasi yang dijalankan dengan menggunakan analisis 5W1H:

1. What (Apa strategi yang diterapkan ?)

Strategi yang diterapkan pada kegiatan pengabdian ini adalah pembuatan google maps UMKM yang berguna mempermudah menemukan lokasi UMKM dan juga penerapan strategi promosi yang dilakukan melalui sosial media seperti instagram.

2. Why (Kenapa strategi ini diterapkan ?)

Strategi ini diterapkan guna membantu UMKM untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan baru dengan memanfaatkan kecanggihan dari teknologi yang dimana sudah banyak orang gunakan dan lebih mudah menjangkau pelanggan yang jaraknya jauh.



3. When (Kapan strategi ini diterapkan ?)

Pembuatan google maps UMKM diterapkan sejak 29 November 2023, dan berikut dokumentasi yang dilakukan dengan karyawan UMKM.

4. Where (Dimana strategi ini diterapkan ?)

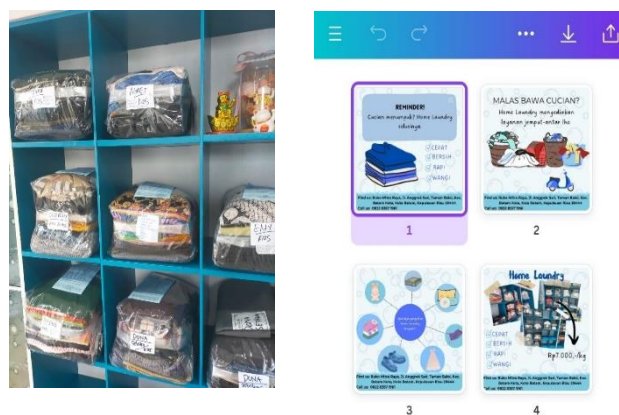
Strategi ini diterapkan di tempat usaha UMKM Home Laundry yang berada di Ruko Anggrek Sari. Berikut dokumentasi saat melakukan bimbingan pembuatan konten melalui canva dengan karyawan UMKM.

5. Who (Dari siapa, Oleh siapa dan Untuk siapa strategi ini diterapkan ?)

Strategi ini diterapkan oleh penulis yang dilaksanakan oleh pelaksana dan karyawan UMKM. Dan juga strategi ini diterapkan untuk UMKM Home Laundry agar UMKM dapat memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mengembangkan usaha UMKM dan menarik pelanggan baru sehingga dapat meningkatkan keuntungan UMKM.

6. How (Bagaimana strategi ini diterapkan ?)

Sebelum melakukan implementasi penulis sebelumnya melakukan observasi dan wawancara dengan UMKM Home Laundry untuk mengetahui permasalahan apa yang sedang dialami oleh UMKM yang kemudian setelah mengetahui permasalahan tersebut penulis menentukan strategi yang cocok untuk mengatasi permasalahan yang ada melalui promosi di media sosial dengan melalui posting foto, mengedit konten dan membuat story di instagram untuk UMKM. Berikut foto dari dokumentasi pengambilan foto dan hasil edit konten.

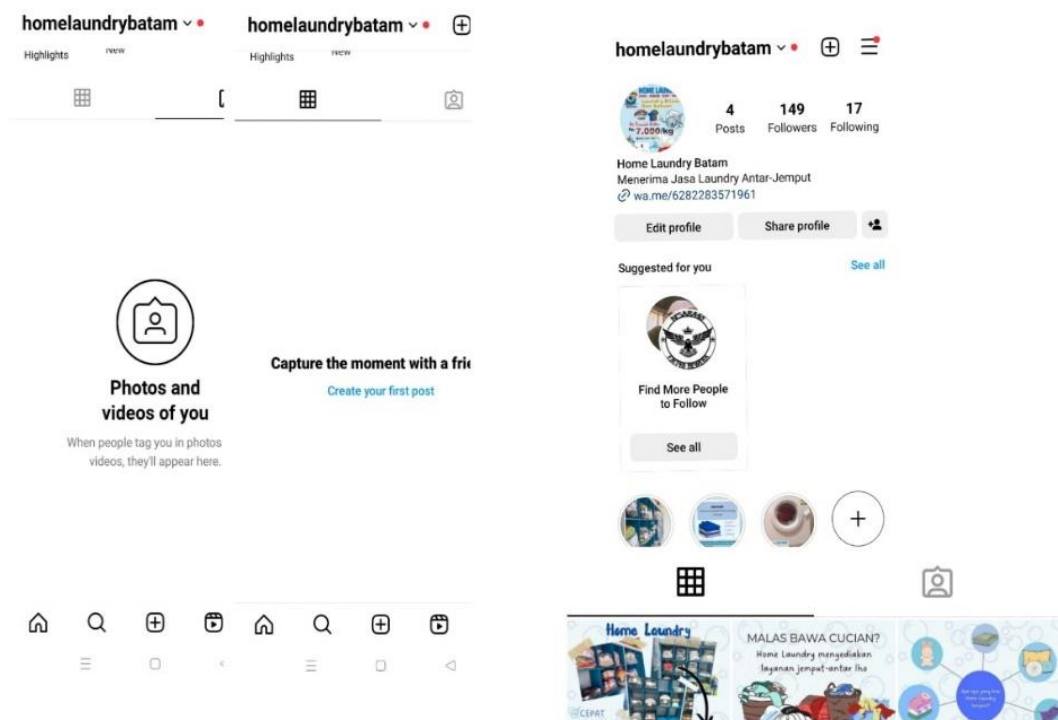


**Gambar 1.** Implementasi promosi media sosial instagram



## Kondisi Setelah Implementasi

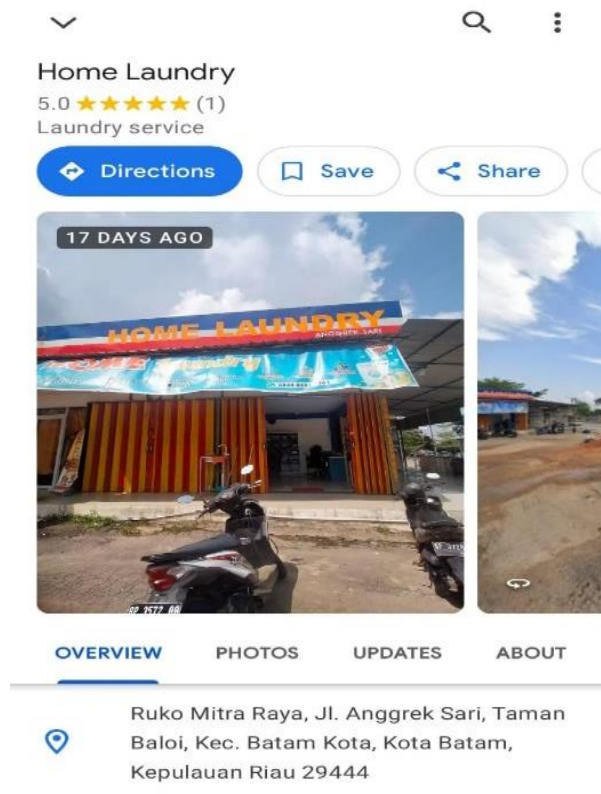
Kondisi hasil setelah implementasi strategi digital marketing adalah UMKM Home Laundry mempunyai media sosial instagram sebagai tempat promosi usaha UMKM Home Laundry. UMKM Home Laundry berhasil mempunyai konten postingan di sosial media instagram yang dimana sebelumnya UMKM belum ada memiliki postingan sama sekali.



**Gambar 2.** Hasil postingan di profil instagram

Pada gambar 3 adalah hasil dari pembuatan google maps untuk UMKM Home Laundry. UMKM tersebut sebelumnya tidak memiliki google maps oleh karena itu penulis membuat google maps guna untuk mempermudah pelanggan mencari lokasi UMKM Home Laundry.





Gambar 3. Hasil pembuatan google map Home Laundry

## 5. KESIMPULAN

Home Laundry adalah UMKM yang bergerak di bidang jasa laundry, UMKM Home Laundry menawarkan jasa cuci pakaian, cuci kering setrika dan setrika tidak hanya pakaian juga menerima cuci boneka, sepatu, karpet dan lain – lain. Dalam pengerjaan laundry UMKM ini menawarkan jasa cuci dan gosok express laundry yaitu pakaian siap dalam kurun waktu 1 hari. Permasalahan yang terjadi pada UMKM ini ialah pendapatan yang didapatkan UMKM masih tidak stabil, dimana berdampak ke keuntungan yang diperoleh UMKM. Keuntungan yang sedikit dan beban operasional yang besar akan membuat usaha UMKM Home Laundry mengalami kerugian, oleh karena itu untuk mengatasi pendapatan yang tidak stabil penulis mengimplementasikan strategi promosi digital marketing.



Promosi digital marketing ini menggunakan sosial media instagram sebagai media promosi usaha UMKM, dimana promosi ini berguna untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan baru, yang dimana dapat membantu meningkatkan pendapatan UMKM sehingga keuntungan yang didapatkan UMKM lebih stabil. Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan penulis, maka saran yang dapat diberikan ialah pemilik usaha UMKM bisa menggunakan digital marketing yang sedang berkembang dengan pesat untuk mempromosikan usaha UMKM agar dapat dikenal masyarakat luas dan dengan adanya promosi dengan menggunakan digital marketing maka dapat sangat membantu dalam perkembangan usaha UMKM.

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan berkatnya saya bisa menyelesaikan tugas kegiatan pengabdian ini. Tidak lupa juga saya mengucapkan banyak terima kasih kepada dosen pembimbing saya yaitu Dr. Wisnu Yuwono yang sudah membimbing saya dalam menjalankan dan menyelesaikan kegiatan ini dengan baik, serta saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada mitra saya yaitu UMKM Home Laundry yang sudah mengizinkan saya untuk bermitra dan membantu saya untuk menjalankan kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, H. (2023). *Google Maps adalah Aplikasi Peta Online Gratis, Kenali Cara Menggunakannya*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/hot/read/5290776/google-maps-adalah-aplikasi-peta-online-gratis-kenali-cara-menggunakannya?page=2>
- Bahagia, S., Hasbi., & Hamdani. (2023). PEMANFAATAN FASILITAS SERTIFIKAT HALAL JALUR SELF DECLARE UNTUK PELAKU USAHA MIKRO DAN KECIL DI ACEH. (2023). *JURNAL KREASI RAKYAT*, 1(3), 209-236. <https://jurnal.kreyatcenter.com/index.php/jkr/article/view/41>
- Dessyarti, R. S., Sari, P. O., Murniyati, D., Sari, D. K., Heryawan, F. A., & Fatmawati, N. I. (2023). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Bagi UMKM untuk Memperkuat Ekonomi Masyarakat “Roti Rumahan Dona’s House.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat “Wiryakarya,”* 2(01). <https://doi.org/http://doi.org/10.25273/wjpm.v2i01.15385>



Hairudin, A., Remofa, Y., Apriansyah, R., Ningsih, F., Iskandar, Y., Trisnawati, L., & Windartini, S. (2023). *Sosialisasi dan Pengembangan Eko Wisata di Desa Sipang melalui Media Sosial*. 83–91.

Media Mahasiswa Indonesia. (2023). 8 FOLLOWERS OF SERVICE HOME LAUNDRY. [Mahasiswaindonesia.id. https://mahasiswaindonesia.id/8-flowers-of-service-home-laundry/](https://mahasiswaindonesia.id/8-flowers-of-service-home-laundry/)

Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research, 1*(1), 394-403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>

Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika, 1*, 18–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.33822/gk.v3i1.1704>

Rifda. (2023). *Apakah Mitra Kerja dan Karyawan Itu Berbeda?* IZIN.co.id. [https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2023/06/23/apakah-mitra-kerja-dan-karyawan-itu-berbeda/#:~:text=Di sisi lain%2C “mitra kerja,kontrak kerja seperti halnya karyawan.](https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2023/06/23/apakah-mitra-kerja-dan-karyawan-itu-berbeda/#:~:text=Di sisi lain%2C%20%22mitra kerja,kontrak kerja seperti halnya karyawan.)

Santika, R. (2023). *10 Manfaat Besar Media Sosial Untuk Bisnis (Semua Industri)*. Sribu.com. <https://www.sribu.com/id/blog/manfaat-media-sosial/#:~:text=Dengan melakukan promosi di platform,mencapai audiens yang lebih luas.>

Syaeful Millah, A., Arobiah, D., Selvia Febriani, E., & Ramdhani, E. (2023). Analisis Data dalam Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa, 1*(2), 140–153.

Yuhana, A. N., & Aminy, F. A. (2019). Apakah Mitra Kerja dan Karyawan Itu Berbeda? *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam, 7*(1), 79. <https://doi.org/10.36667/jppi.v7i1.357>

