

PENERAPAN PROMOSI JASMINE LAUNDRY MELALUI PLATFORM SOSIAL MEDIA YANG EFEKTIF

IMPLEMENTING JASMINE LAUNDRY PROMOTION THROUGH SOCIAL MEDIA PLATFORMS EFFECTIVELY

Hesniati^{1*}, Vina Sonata¹

¹Fakultas Bisnis dan Manajemen, Jurusan Manajemen, Universitas Internasional Batam

***Email korespondensi:** hesniati@uib.edu

Abstract

UMKM are businesses that are established using limited and low capital. Jasmine Laundry is an UMKM engaged in laundry services. The problem faced by Jasmine Laundry is the lack of visibility and accessibility in the digital world. Currently, this business does not have a profile on Google Maps and social media accounts. The target activities to be carried out for partners are to create social media accounts and then make interesting and informative posts, so that customers can easily find and understand the services that Jasmine Laundry offers. techniques used are interviews and observations After the implementation of digital marketing, Jasmine Laundry UMKM felt significant benefits, especially in terms of increasing the number of followers and customers who came.

Keywords: *UMKM, Laundry Service, Social Media.*

Abstrak

UMKM adalah usaha yang berdiri menggunakan modal sendiri yang terbatas dan terbilang rendah. Jasmine Laundry adalah UMKM yang bergerak di bidang jasa laundry pakaian. Permasalahan yang dihadapi oleh Jasmine Laundry adalah kurangnya visibilitas dan aksesibilitas dalam dunia digital. Saat ini, usaha ini belum memiliki profil di Google Maps dan akun social media. Target kegiatan yang akan dilakukan untuk mitra ialah membuat akun sosial media lalu membuat postingan yang menarik dan informatif, sehingga pelanggan bisa dengan mudah menemukan dan memahami layanan yang Jasmine Laundry tawarkan. teknik yang digunakan adalah wawancara dan observasi Setelah implementasi pemasaran digital, pihak UMKM Jasmine Laundry merasakan manfaat yang signifikan, terutama dalam hal peningkatan jumlah pengikut dan pelanggan yang datang.

Kata kunci: *UMKM, Jasa Laundry, Media Sosial.*



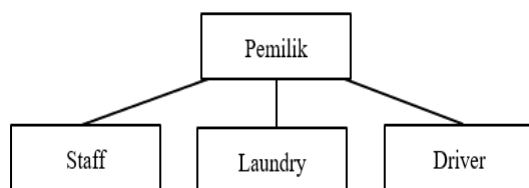
CC Attribution-ShareAlike 4.0

Copyright © 2024 Author

Diterima: 1 Desember 2024; Disetujui: 19 Desember-2024; Terbit: 20 Desember 2024

PENDAHULUAN

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pengertian UMKM merujuk pada kategori bisnis yang dibedakan berdasarkan ukuran, skala, dan kapasitas ekonominya (Dessyarti *et al.*, 2023). UMKM adalah usaha yang berdiri menggunakan modal sendiri yang terbatas dan terbilang rendah. Jasmine Laundry adalah UMKM yang bergerak di bidang jasa laundry pakaian. Pemilik UMKM ini bernama Wiliani, yang berlokasi di Taman Mediterania Blok JJ 1 No.6, Batam. UMKM Jasmine Laundry didirikan oleh Ibu Wiliani pada tanggal 18 Februari 2022. UMKM Jasmine Laundry menawarkan jasa cuci pakaian, cuci kering setrika dan setrika pakaian, boneka, karpet, bedcover, dan lainnya. UMKM buka setiap hari dari jam 08:00–22:00. UMKM memiliki 3 karyawan. Dalam pengerjaan Jasmine laundry menawarkan jasa cuci dan gosok express laundry yaitu pakaian siap dalam kurung waktu 1 hari. UMKM Jasmine Laundry juga menyediakan jasa antar jemput pakaian yang ingin di laundry.



Gambar 1. Struktur Organisasi

Permasalahan yang dihadapi oleh Jasmine Laundry adalah kurangnya visibilitas dan aksesibilitas dalam dunia digital. Saat ini, usaha ini belum memiliki profil di Google Maps dan akun media sosial. Statement dari pemilik usaha ialah laundry tersebut belum banyak diketahui oleh orang dikarenakan kurangnya promosi mengenai laundry tersebut dan UMKM belum memiliki media sosial dan sebelumnya promosi yang dilakukan oleh UMKM hanya dengan membagikan brosur lalu dengan cara mulut ke mulut dengan orang-orang sekitar. Tanpa kehadiran platform digital tersebut, Jasmine Laundry kesulitan dalam mempromosikan layanan serta berinteraksi dengan pelanggan. Hal ini berpotensi menghambat pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, perlu adanya langkah strategis untuk membuat media sosial untuk menarik perhatian pelanggan baru dan memperluas jangkauan pasar Jasmine Laundry di kalangan masyarakat.

Ruang lingkup terkait proyek ini ialah untuk membantu UMKM Jasmine Laundry merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital guna menarik pelanggan baru serta memperkenalkan usaha mereka kepada masyarakat luas. Strategi yang dikembangkan akan memanfaatkan Google maps, Linktree dan media sosial, khususnya Instagram, sebagai platform utama untuk promosi. Instagram dipilih karena memiliki jangkauan yang luas dan interaktif, memungkinkan usaha untuk menjangkau audiens yang lebih besar secara efisien. Dalam pelaksanaan strategi ini, berbagai teknik pemasaran digital seperti konten kreatif, posting rutin, dan penggunaan fitur-fitur Instagram seperti Stories dan Reels akan diterapkan untuk meningkatkan visibilitas dan engagement dengan pelanggan potensial. (Admin, 2020).

Tujuan yang ingin dicapai dari proyek ini ialah membuat akun Instagram untuk Mengembangkan strategi yang menyeluruh agar dapat mempromosikan UMKM Jasmine Laundry di Instagram, dengan fokus pada menarik pelanggan baru dan memperkenalkan usaha ke masyarakat umum, Menciptakan konten yang menarik dan relevan untuk meningkatkan eksposur merek dan membuat Jasmine Laundry lebih dikenal di kalangan target pasar dan Membuat interaksi yang bermakna dengan pelanggan melalui Instagram untuk membangun hubungan yang kuat dan meningkatkan loyalitas pelanggan, tujuan berikut ny adalah membuat google maps dan linktree untuk jasmine laundry agar dapat mempermudah pelanggan untuk menemukan lokasi jasmine laundry.

Manfaat dari kegiatan ini ialah membantu UMKM untuk mendapatkan pelanggan lebih banyak agar dapat dikenal di kalangan masyarakat dan memberikan pemahaman kepada pemilik mengenai manfaat teknologi (Info, 2023), untuk keberlangsungan dan perkembangan usaha.

METODE

Menurut Ridwan (2010: 51), teknik pengumpulan data merupakan metode yang dipilih untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam menyelesaikan suatu kegiatan. Dalam pengabdian ini, teknik yang digunakan adalah wawancara dan observasi (Ardiansyah, Risnita, 2023; Syaeful Millah *et al.*, 2023). Wawancara adalah bentuk

komunikasi lisan antara dua orang atau lebih yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi, baik secara langsung maupun jarak jauh (Yuhana & Aminy, 2019). Dalam kegiatan ini, wawancara dilakukan dengan pemilik usaha. Sementara itu, observasi adalah metode yang memanfaatkan panca indera untuk menilai aktivitas sehari-hari dan mendapatkan informasi yang relevan (Makbul, 2021).

Pada tahap ini, hasil dari kegiatan pengabdian ini mencakup pembuatan konten untuk postingan di Instagram, pengelolaan profil di Google Maps, serta memberikan bimbingan dalam pembuatan konten di media sosial. Semua ini bertujuan untuk mendukung UMKM Jasmine Laundry dalam merancang strategi pemasaran digital yang efektif.

Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut.

1. tahap persiapan, dilakukan survei ke lokasi UMKM untuk menentukan mitra yang akan dipilih sebagai tempat kerja praktik, diikuti dengan observasi permasalahan yang ada melalui wawancara dengan pemilik usaha.
2. pada tahap pelaksanaan, dilakukan pengambilan dan penyimpanan foto-foto hasil jasa yang ditawarkan oleh UMKM, yang kemudian diedit untuk membuat konten menarik yang dapat menarik pelanggan untuk mencoba layanan laundry.
3. pada tahap penilaian dan pelaporan, kegiatan ini ditutup dengan menyelesaikan semua aktivitas yang dirancang untuk membantu UMKM mengatasi masalah yang dihadapi, diikuti dengan evaluasi dari dosen pembimbing dan finalisasi laporan kerja praktik.

Berikut adalah rincian anggaran yang dikeluarkan untuk melaksanakan kerja praktik yang bertujuan membantu memajukan usaha UMKM Jasmine Laundry. Anggaran ini mencakup berbagai biaya yang diperlukan untuk menjalankan kegiatan, termasuk pengadaan materi promosi, biaya transportasi, serta pengeluaran untuk kebutuhan alat dan perlengkapan yang mendukung proses pengumpulan data dan pembuatan konten. Dengan rincian ini, diharapkan kegiatan pengabdian dapat berlangsung dengan efektif dan memberikan dampak positif bagi perkembangan usaha UMKM;

Tabel 1. Anggaran Pelaksanaan Kegiatan

No	Rancangan Aktivitas	Jenis Anggaran	Volume	Unit	Satuan	Jumlah
1	Observasi dan wawancara	Biaya Konsumsi	12	Kali	Rp 50,000	Rp 600,000
		Biaya Transportasi	12	Kali	Rp 50,000	Rp 600,000
		Biaya Koneksi Internet	3	Kali	Rp 90,000	Rp 270,000
2	Perancangan luaran	Biaya pembuatan konten postingan	3	Kali	Rp 500,000	Rp 1,500,000
		Biaya Pengeditan postingan	3	Buah	Rp 150,000	Rp 450,000
3	Pendampingan Implementasi Luaran	Biaya Transportasi	12	Kali	Rp 50,000	Rp 600,000
		Biaya Koneksi Internet	2	Kali	Rp 90,000	Rp 180,000
		Biaya Konsumsi	5	Kali	Rp 50,000	Rp 250,000
4	Pembuatan laporan	Biaya Belanja Habis Pakai (ATK)	5	Kali	Rp 160,000	Rp 800,000
						Rp 5,250,000

TOTAL ANGGARAN

Tabel 2. Jadwal 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																
Analisis Permasalahan																
Menganalisis Pembuatan Konten																
Konsultasi dengan dosen pembimbing																
Tahap Pelaksanaan																
Pengambilan Gambar																
Edit Konten Postingan																
Penyelesaian Konten Postingan																
Implementasi Strategi yang disusun																
Tahap Penilaian dan Pelaporan																
Evaluasi Strategi																

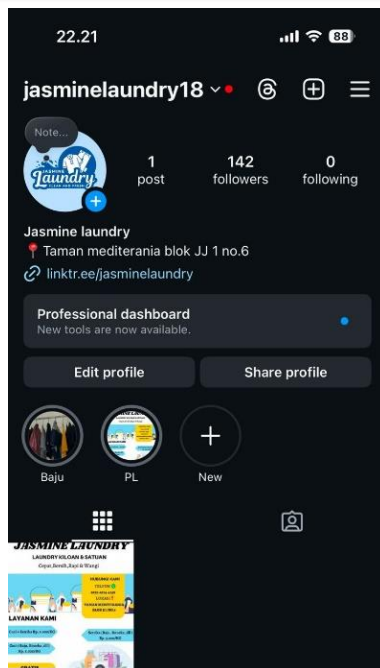
HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan dan Implementasi Luaran Kegiatan

Perancangan penerapan digital marketing pada UMKM Jasmine Laundry telah disesuaikan dengan kebutuhan usaha. Beberapa langkah yang diimplementasikan meliputi pembuatan Linktree, Google Maps dan media sosial untuk memperluas jangkauan pemasaran.

Akun Media Sosial (Instagram)

Jasmine Laundry sebelumnya belum memiliki media sosial seperti Instagram. Berikut adalah Instagram Jasmine Laundry yang telah diimplementasikan oleh penulis, Instagram UMKM terdapat Linktree dan unggahan yang penulis unggah ke laman Instagram UMKM.



Gambar 2. Laman *Instagram* Jasmine Laundry setelah implementasi

Linktree Jasmine Laundry

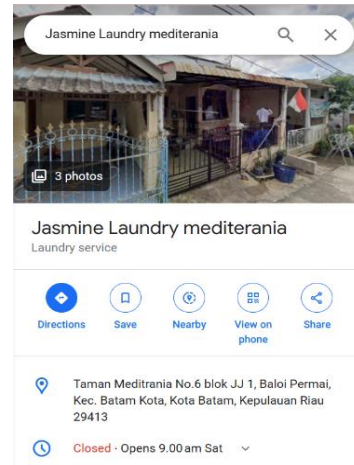
Berikut adalah Linktree yang telah penulis buat untuk UMKM, linktree tersebut berisi WhatsApp, Instagram, dan Lokasi UMKM.



Gambar 3. *Linktree* Jasmine Laundry

Google Maps Jasmine Laundry

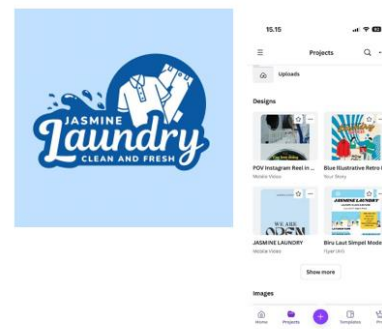
Berikut adalah hasil dari pembuatan google maps untuk UMKM Jasmine Laundry. UMKM tersebut sebelumnya tidak memiliki google maps oleh karena itu penulis membuat google maps guna untuk mempermudah pelanggan mencari lokasi UMKM Jasmine Laundry.



Gambar 4. *Google Maps* Jasmine Laundry

Pembuatan logo dan design Jasmine Laundry

Berikut adalah pembuatan logo, profile Instagram, dan design untuk postingan Instagram.



Gambar 5. Logo dan design untuk instagram Jasmine Laundry

Kondisi setelah implementasi

Setelah implementasi pemasaran digital, pihak UMKM Jasmine Laundry merasakan manfaat yang signifikan, terutama dalam hal peningkatan jumlah pengikut dan pelanggan yang datang. Sebelumnya UMKM belum memiliki media sosial seperti instagram sehingga penulis membuat akun instagram, sebelumnya penulis menargetkan 50 followers namun saat ini followers instagram UMKM telah melewati target yang diterapkan oleh

penulis yaitu 100-an followers. Strategi digital marketing yang diterapkan berhasil menarik perhatian lebih banyak konsumen, yang pada gilirannya membantu usaha ini berkembang. Dengan adanya dukungan teknologi ini, UMKM merasa terbantu dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kinerja bisnis mereka melalui Instagram UMKM.

KESIMPULAN

Jasmine Laundry adalah UMKM yang bergerak di bidang jasa, khususnya layanan cuci kering dan gosok pakaian. Namun, usaha ini belum memanfaatkan digital marketing untuk mendukung operasional atau memperkenalkan jasanya kepada khalayak luas. Kurangnya kehadiran digital ini juga menghambat upaya untuk membangun citra positif bagi UMKM. Menyadari hal tersebut, penulis bersama pihak Jasmine Laundry mengidentifikasi masalah ini dan memutuskan untuk merancang strategi digital marketing guna meningkatkan visibilitas usaha, memperkenalkan layanan kepada lebih banyak pelanggan, dan menciptakan citra yang lebih baik di mata masyarakat.

Implementasi yang dilaksanakan menghasilkan luaran instagram, linktree, dan google maps. Dengan hal tersebut dapat membantu jasmine laundry dapat diketahui oleh dikenal oleh target pasar dan mempermudah target pasar.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan kepada pemilik UMKM adalah untuk memanfaatkan digital marketing yang saat ini berkembang pesat. Dengan memanfaatkan platform digital, UMKM dapat lebih mudah mempromosikan usahanya kepada masyarakat luas. Penggunaan digital marketing tidak hanya membantu meningkatkan visibilitas usaha, tetapi juga dapat mempercepat perkembangan dan pertumbuhan UMKM dengan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial serta membangun citra yang lebih positif di mata publik.

DAFTAR PUSTAKA

Abdi, H. (2023). *Google Maps adalah Aplikasi Peta Online Gratis, Kenali Cara Menggunakannya*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/hot/read/5290>

776/google-maps-adalah-aplikasi-peta-online-gratis-kenali-cara-menggunakannya?page=2

Admin. (2020). *10 Media Online untuk Melakukan Promosi Bisnis*. P3UD. <https://p3ud.deliserdangkab.go.id/10-media-online-untuk-melakukan-promosi-bisnis/>

Ardiansyah, Risnita, M. S. J. 9. (2023). Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1, 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.61104/hsan.v1i2.57>

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). *VALUES: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indragiri (STIE-I) Rengat SOSIALISASI DAN PENGEMBANGAN EKO WISATA DI DESA SIPANG MELALUI MEDIA SOSIAL*. 83–91.

Info, R. (2023). *7 Manfaat Teknologi Digital dalam Kehidupan Sehari-hari*. Ragam Info. <https://kumparan.com/ragam-info/7-manfaat-teknologi-digital-dalam-kehidupan-sehari-hari-20psgJZVcBo/full>

Makbul, M. (2021). Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian. *Osfi.O*, 3(2), 6.

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>

Riduwan, 2010. Skala Pengukuran Variabel-

variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta.

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.)

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>.