

PENGEMBANGAN *BRAND IMAGE* DENGAN SISTEM PROMOSI PADA MRS CLEAN LAUNDRY MART DI KOTA BATAM

BRAND IMAGE DEVELOPMENT WITH PROMOTION SYSTEM AT MRS CLEAN LAUNDRY MART IN BATAM CITY

Fendy Cuandra¹, Willien Agustian¹

¹) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Internasional Batam
*Email korespondensi: 2141246.willien@uib.edu

Abstract

Mrs Clean Laundry Mart is a micro, small, and medium enterprise (MSME) in Batam City that provides laundry services. To compete in a highly competitive market, a digital marketing strategy is needed to enhance brand image and attract more customers. This report discusses the implementation of promotions through social media and the inclusion of business locations on Google Maps to improve visibility and competitiveness. The methods used include interviews, observations, and SWOT analysis to identify issues and develop solutions. The implementation involves optimizing Instagram and TikTok accounts, creating promotional content, and registering the business location on Google Maps to make it more accessible to customers. The results show increased customer interaction and engagement on social media, as well as easier access to services via Google Maps. Digital marketing has proven effective in boosting brand awareness and business competitiveness, although further optimization of promotions and service innovations is still needed.

Keywords: *Digital Marketing, Brand Image, Social Media, Google Maps, Laundry.*

Abstrak

Mrs Clean Laundry Mart adalah UMKM di Kota Batam yang bergerak di layanan pencucian pakaian. Untuk menghadapi persaingan yang ketat, diperlukan strategi pemasaran digital guna meningkatkan brand image dan menarik lebih banyak pelanggan. Laporan ini membahas implementasi promosi melalui media sosial dan pencantuman lokasi bisnis di Google Maps untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha. Metode yang digunakan meliputi wawancara, observasi, dan analisis SWOT untuk mengidentifikasi masalah serta merancang solusi. Implementasi dilakukan dengan mengoptimalkan akun Instagram dan TikTok, membuat konten promosi, serta mendaftarkan lokasi bisnis di Google Maps agar lebih mudah diakses pelanggan. Hasilnya menunjukkan peningkatan interaksi dan keterlibatan pelanggan di media sosial, serta kemudahan pelanggan dalam menemukan layanan melalui Google Maps. Pemasaran digital terbukti efektif dalam meningkatkan *brand awareness* dan daya saing bisnis, meskipun masih diperlukan optimalisasi promosi dan inovasi layanan.

Kata kunci: Pemasaran Digital, *Brand Image*, Media Sosial, Google Maps, *Laundry*.



CC Attribution-ShareAlike 4.0

Copyright © 2025 Author

Diterima: 21 April 2025; Disetujui: 29 Mei 2025; Terbit: 1 Juni 2025

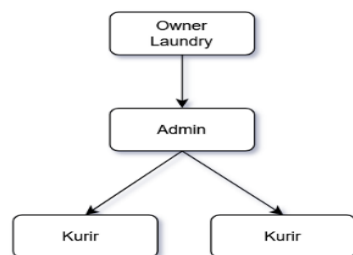
PENDAHULUAN

Mrs Clean Laundry Mart adalah UMKM yang bergerak di bidang penyediaan layanan pencucian pakaian dan barang lainnya. Mrs Clean Laundry Mart menawarkan berbagai solusi untuk kebutuhan pembersihan pakaian dengan berbagai pilihan, seperti pencucian *laundry* kiloan, *laundry* sepatu, *laundry bed cover*, hingga *dry cleaning* untuk barang-barang tertentu. Mitra beroperasi setiap hari dari pukul 07.30 pagi sampai 09.00 malam.



Gambar 1. Mrs Clean Laundry Mart
Sumber: Penulis (2024).

Mrs Clean Laundry Mart adalah sebuah UMKM di sektor jasa yang berdiri sejak tahun 2022, yang berlokasi di Komplek Cipta Land Lavender Blok 19-20, Kota Batam menawarkan beragam layanan seperti mencuci, menyetrika dan mengeringkan pakaian. Meskipun telah memberikan solusi efisien bagi masyarakat yang membutuhkan layanan *laundry*, hal ini tidak terlepas dari sejumlah tantangan yang perlu dihadapi seperti persaingan ketat dalam industri *laundry* lokal, menyebabkan penurunan harga jasa dan keuntungan yang tipis. Adanya pesaing serupa di wilayah yang sama dapat mempengaruhi kinerja Mrs Clean Laundry Mart. Dengan begitu mitra memerlukan strategi yang dapat mempertahankan daya saingnya terhadap kompetitor lainnya seperti promosi melalui sosial media dan mendaftarkan lokasi mitra di *google maps*.



Gambar 2 Struktur organisasi Mrs Clean Laundry Mart
Sumber: Data Perusahaan (2022).

Masing-masing posisi dalam usaha ini saling bekerja sama untuk memastikan bahwa Mrs Clean Laundry Mart dapat berjalan dengan efektif dan memuaskan pelanggan. Berdasarkan gambar di atas berikut merupakan deskripsi tanggung jawab dari masing-masing posisi dalam usaha ini:

- Pemilik usaha: bertanggung jawab atas keputusan strategis ataupun manajemen bisnis secara keseluruhan.
- Admin: menangani administrasi, mendukung kelancaran operasional sehari-hari, mengelola transaksi keuangan, dan memastikan pembayaran pelanggan tercatat dengan teliti dan baik.
- Kurir: melakukan pengiriman dengan tepat waktu dan memastikan semua operasional bisnis berjalan lancar setiap hari.

Perkembangan zaman yang semakin modern telah mengubah cara masyarakat dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Dalam hal menjaga kebersihan dan perawatan pakaian. Saat ini konsep jasa *laundry* telah menjadi solusi terkemuka bagi masyarakat yang tidak memiliki waktu dan tenaga untuk mencuci atau membersihkan pakaian.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik *laundry* diketahui bahwa pesaing *laundry* sudah begitu banyak di Kota Batam. Bahkan di dalam setiap perumahan pasti sudah ada yang mendirikan usaha *laundry* serupa. Adapun permasalahan yang dialami oleh Mrs Clean Laundry Mart seperti kurangnya pengembangan *brand image* dengan sistem promosi melalui sosial media oleh Mrs Clean Laundry Mart.

Salah satu faktor kunci dalam pengembangan *brand image* adalah kualitas promosi yang dilakukan. Promosi yang efektif tidak hanya meningkatkan kesadaran merek, tetapi juga membentuk persepsi positif di kalangan konsumen (Koo & Cuandra, 2023). Dengan penggunaan media sosial dan pemasaran digital dapat membantu mitra menjangkau target pasar yang lebih luas dan memperkuat *brand image* mitra

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dengan menerapkan strategi promosi di beberapa akun sosial media dan melakukan *giveaway* untuk pengikut sosial media mitra. Dengan strategi tersebut dapat meningkatkan *brand image* Mrs Clean Laundry Mart sehingga mitra semakin dikenal oleh masyarakat dan menarik pelanggan baru (Syifa & Ahmadi, 2025). Penulis juga akan mencantumkan lokasi

mitra di *google maps* sehingga ketika orang mencari *laundry* di *google maps* akan muncul nama mitra dan membuat pelanggan baru datang kesana.

Ruang lingkup dari program ini merupakan pengembangan promosi melalui sosial media Instagram dan Tiktok serta mencantumkan lokasi mitra di *google maps*. Dengan melakukan strategi tersebut diharapkan dapat menarik hingga menjangkau pelanggan baru bagi Mrs Clean Laundry Mart. Sedangkan pencantuman lokasi di *google maps* berfungsi untuk meningkatkan visibilitas lokasi bisnis, termasuk menambahkan informasi penting terkait mitra seperti nomor telepon, jam operasional, dan layanan yang ditawarkan. Dengan begitu dapat memudahkan pelanggan dalam menemukan dan menghubungi mitra. Lingkup program ini akan diawali dengan melakukan analisis SWOT sampai rancangan biaya anggaran untuk implementasi program ini.

Program ini bertujuan untuk membangun kesadaran Mrs Clean Laundry Mart dalam meningkatkan layanan *laundry* yang berkualitas dan memenuhi kebutuhan hingga harapan pelanggan dengan standar terbaik melalui media sosial dan penggunaan *google maps*. Dengan penggunaan sosial media sebagai sarana promosi yang efektif mitra dapat memperkenalkan layanan serta promosi secara lebih luas. Dan terciptanya interaksi secara langsung dengan pelanggan dan penggunaan *google maps* yang diharapkan dapat mempermudah pelanggan dalam mencari informasi terkait mitra.

Adapun manfaat program ini bagi Mrs Clean Laundry Mart dengan adanya pengembangan promosi mitra dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan jumlah pelanggan serta pendapatan. Dengan demikian, proyek ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional dan kinerja pemasaran, tetapi juga meningkatkan reputasi Mrs Clean Laundry Mart sebagai pilihan utama di pasar layanan *laundry*.

Target keberhasilan dari pelaksanaan program yang berfokus pada pengembangan *brand image* dengan sistem promosi pada Mrs Clean Laundry Mart di Kota Batam yaitu adanya *brand image* yang positif mengenai mitra di media sosial seperti Instagram dan Tiktok. Serta pemanfaatan yang efektif *google maps* bagi UMKM Mrs Clean Laundry Mart.

Target keberhasilan program ini akan dilihat dari peningkatan *insight* media sosial dan tercantumnya lokasi mitra di *google maps* serta adanya *review* dari beberapa pelanggan mitra.

Tercapainya target tersebut dapat meningkatkan *brand image* Mrs Clean Laundry Mart di kalangan masyarakat Kota Batam, menarik lebih banyak pelanggan karena promosi yang dilakukan, dan dapat membentuk persepsi positif terhadap Mrs Clean Laundry Mart sebagai penyedia layanan *laundry* yang berkualitas dan terpercaya.

Berdasarkan rancangan yang telah disusun luaran yang akan dihasilkan bagi Mrs Clean Laundry Mart untuk mencapai tujuan program ini yaitu:

Tabel 1. Deskripsi luaran kegiatan Mrs Clean Laundry Mart

No	Nama luaran	Deskripsi
1.	Promosi melalui akun media sosial	Penulis akan membantu mitra dalam pengembangan akun media sosial seperti Instagram dan Tiktok dengan melakukan strategi promosi (<i>giveaway, funfact, & lain-lain</i>). Kemudian penulis akan membuat dan mengunggah konten tersebut dengan frekuensi 4 kali dalam seminggu. Hal tersebut dapat membantu mitra untuk memperkenalkan layanan <i>laundry</i> mitra kepada target pasar dan meningkatkan <i>brand image</i> yang positif di pandangan pelanggan.
2.	Pencantuman lokasi mitra di <i>google maps</i>	Membantu mitra untuk Hal ini dapat memperkuat <i>brand image</i> mitra dan system promosi yang efektif. Dengan visibilitas yang lebih baik, kemudahan akses bagi pelanggan, serta peningkatan interaksi melalui ulasan dan <i>feedback</i> . Mrs Clean Laundry Mart dapat memperluas target pasar dan meningkatkan

kepercayaan pelanggan. Upaya ini merupakan salah satu alat promosi yang sangat efektif dan tidak memerlukan biaya yang besar. Selain itu, di *google maps* akan terdapat jam operasional dan *review* dari beberapa pelanggan sehingga dapat meyakinkan calon pelanggan baru untuk mencoba layanan mitra.

Sumber: Penulis (2024).

METODE

Informasi tentang Mrs Clean Laundry Mart dengan melakukan wawancara kepada pemilik Mrs Clean Laundry Mart secara langsung. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi antara penulis dan narasumber yang bertujuan untuk memperoleh informasi. Dengan teknik ini penulis dapat secara efektif dan efisien dalam mengumpulkan data yang relevan.

Observasi dilakukan secara langsung untuk mengamati proses kegiatan transaksi di UMKM Mrs Clean Laundry Mart. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara langsung di lokasi, yang bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi mitra (Khaatimah & Wibawa, 2017). Teknik ini membantu peneliti untuk mendapatkan informasi yang relevan dalam penelitian. Fungsi teknik ini juga untuk mengurangi kemungkinan informasi salah yang terjadi di metode lain seperti wawancara (Hasanah, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan kerja praktek ini, terdapat dua rancangan luaran implementasi yaitu pengembangan promosi melalui media sosial Instagram dan Tiktok dengan mengunggah konten-konten yang menarik seperti *funfact*, *giveaway*, dan lain-lain yang dapat menjangkau pelanggan baru dan membuat mitra lebih dikenal sehingga calon pelanggan akan tertarik untuk menggunakan layanan *laundry* mitra. Rancangan yang kedua yaitu pendaftaran lokasi mitra di *google maps*

dengan memanfaatkan media digital ini sehingga dapat memudahkan pelanggan mencari lokasi mitra serta terdapat jam operasional UMKM ini.

Analisis SWOT

A. *Strength* (kekuatan)

- Lokasi di pusat kota Batam: berada di area ini menjadikan mitra mudah terlihat dan dijangkau oleh masyarakat.
- Layanan khusus: mitra memiliki layanan *laundry express* dan *laundry* bahan kain tertentu.
- Pelanggan loyal: mitra diketahui memiliki beberapa pelanggan tetap.

B. *Weakness* (kelemahan)

- Kurangnya promosi di media sosial: pemilik serta karyawan jarang mengunggah konten-konten promosi untuk Mrs Clean Laundry Mart.
- Konten yang kurang menarik: kurangnya inovasi dalam pembuatan konten promosi di media sosial.
- Sedikitnya tim bagian digital *marketing*: pengelolaan media sosial kurang maksimal.

C. *Opportunities* (peluang)

- Fitur iklan berbayar di media sosial: dengan adanya fitur ini dapat menjangkau pengikut media sosial sesuai target (minat, lokasi, & lain-lain).
- Program promosi kreatif: mitra dapat mengadakan *giveaway* atau diskon online untuk menarik perhatian pelanggan.
- Peningkatan pengguna media sosial: semakin banyaknya pengguna media sosial, maka ada potensi besar untuk menjangkau pelanggan baru.



D. *Threats* (ancaman)

- Persaingan yang kompetitif: banyaknya bisnis *laundry* di kota Batam dengan pemanfaatan media sosial yang menarik membuat persaingan lebih sulit.
- Kepuasan pelanggan yang menurun: tidak konsistennya layanan *laundry* dapat menyebabkan pelanggan beralih ke jasa *laundry* kompetitor.

Proses implementasi luaran kegiatan terhadap Mrs Clean Laundry Mart terdiri dari beberapa tahap mulai dari analisis permasalahan, solusi yang akan diimplementasikan, kerja sama dengan mitra,

promosi melalui media sosial mitra, pendaftaran lokasi mitra di *google maps*, evaluasi hasil implementasi, dan pelaporan hasil kegiatan.

Tabel 2. Bukti implementasi luaran

No	Jenis luaran	Bukti hasil implementasi luaran
1.	Promosi melalui akun media sosial mitra dengan mengunggah beberapa konten	
2.	Pendaftaran lokasi mitra di <i>google maps</i>	

Sumber: Penulis (2024).

Kondisi Setelah Implementasi

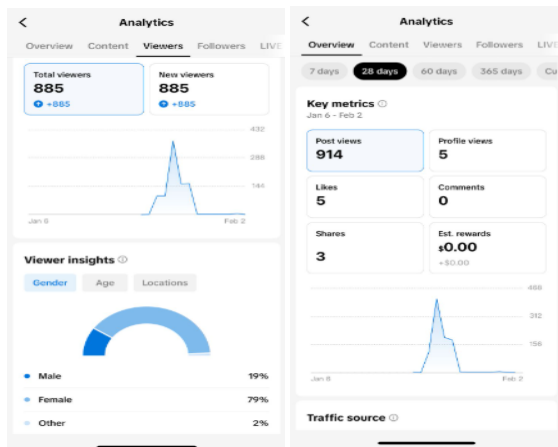
Hasil implementasi pengembangan media sosial dengan sistem promosi dan pendaftaran lokasi mitra di *google maps*. Mrs Clean Laundry Mart memperoleh *insight* sebagai berikut:



Gambar 3. *Insight* Akun Instagram Mrs Clean Laundry Mart
Sumber: Penulis (2024)

Saat ini akun instagram Mrs Clean Laundry Mart memiliki 32 pengikut, aktivitas, dan keterlibatan pengguna yang terus meningkat menunjukkan bahwa kehadiran Mrs Clean Laundry Mart semakin dikenal secara *online*. Dalam 30 hari terakhir, akun ini berhasil menjangkau 91 akun, dimana 83% di antaranya merupakan non-pengikut yang dicapai melalui promosi kemudian 17% itu merupakan pengikut. Hal ini membuka peluang besar bagi Mrs Clean Laundry Mart untuk terus meningkatkan dan memperluas jangkauan pasar di masa mendatang.

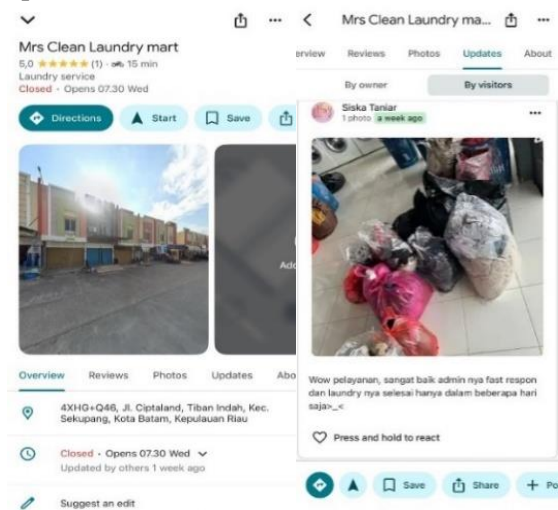
Hasil implementasi strategi pemasaran digital pada akun Tiktok Mrs Clean Laundry Mart menunjukkan peningkatan yang signifikan sejak akun tersebut dibuat. Dalam periode ini, jumlah pengikut mengalami peningkatan secara signifikan dan mencapai jangkauan sebesar 885. Secara keseluruhan dalam periode 28 hari mencapai jangkauan sebesar 914 hasil ini menandakan bahwa langkah awal promosi yang diambil efektif dalam menarik target pasar dan membangun interaksi dengan konten yang disajikan.



Gambar 4. *Insight* Akun Tiktok Mrs Clean Laundry Mart
Sumber: Penulis (2024)

Pembuatan konten berkualitas telah membawa perubahan signifikan bagi Mrs Clean Laundry Mart, terutama meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Konten yang menarik seperti gambar produk informatif dan visual yang memikat berhasil meningkatkan keterlibatan pelanggan.

Dapat dilihat melalui gambar di bawah ini dengan tercantumnya lokasi mitra di *google maps* dapat mempermudah pelanggan untuk mencari lokasi mitra dan mengetahui jam operasional mitra.



Gambar 5. Lokasi mitra di *google maps*
Sumber: Penulis (2024)

Di platform ini juga terdapat *review* dari beberapa pelanggan mitra jika calon pelanggan baru ingin melihat penilaian dari pelanggan sebelumnya dan di saat itu juga pelanggan tersebut akan menentukan akan

menggunakan jasa mitra atau tidak, maka penilaian jasa mitra harus bersifat positif agar dapat mendorong calon pelanggan untuk menggunakan jasa mitra.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil implementasi yang telah dilakukan oleh penulis diketahui bahwa strategi pemasaran digital melalui media sosial dan pencantuman lokasi di *google maps* telah memberikan dampak positif bagi Mrs Clean Laundry Mart. Upaya ini berhasil meningkatkan visibilitas bisnis secara online dan memperluas jangkauan pelanggan. *Insight* dari Instagram dan TikTok menunjukkan peningkatan interaksi dengan pelanggan terlihat dari jumlah pengikut dan impresi yang meningkat di akun media sosial yang ada, sementara pencantuman lokasi di *google maps* mempermudah pelanggan dalam menemukan dan menilai layanan yang ditawarkan. Namun, tantangan seperti persaingan ketat dan apabila mitra masih kurang pengoptimalan inovasi dalam promosi akan menjadi hambatan yang perlu diatasi untuk menjaga pertumbuhan usaha. Untuk memastikan keberlanjutan pertumbuhan bisnis mitra, disarankan agar Mrs Clean laundry Mart untuk terus mengoptimalkan strategi digital marketing dengan konten lebih variasi yang menarik, seperti testimoni pelanggan dan video interaktif. Selain itu, pemanfaatan iklan berbayar di media sosial dapat meningkatkan jangkauan promosi secara lebih luas. Selain aspek digital, peningkatan kualitas layanan dengan menjaga konsistensi hasil *laundry* serta inovasi dalam layanan tambahan, seperti *membership* atau diskon loyalitas, dapat meningkatkan daya saing dan mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada UMKM Mrs Clean Laundry Mart karena telah mengizinkan dan menjadi mitra penulis dalam menjalankan program kerja praktik serta kepada dosen pembimbing karena telah membantu dan mengarahkan penulis dalam proses program ini.

DAFTAR PUSTAKA

Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan

data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-taqaddum*, 8(1), 21-46.
<https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>

Khaatimah, H., & Wibawa, R. (2017). Efektivitas model Pembelajaran cooperative integrated reading and composition terhadap hasil belajar. *Jurnal Teknologi Pendidikan: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pembelajaran*, 2(2), 76-87.

Koo, F., & Cuandra, F. (2023). Penerapan Rebranding dan Strategi Promosi Pada Impian Laundry. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.2), 1707–1714.

Syifa, F. A. Y., & Ahmadi, M. A. (2025). Pengaruh Brand Image terhadap Purchase Intention Produk Le Minerale: dengan Peran Mediasi Social Influence. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(1), 248-261.