

STRATEGI PENINGKATAN EFISIENSI OPERASIONAL DAN DAYA SAING BISNIS USAHA LAUNDRY BAROKAH MELALUI PEMANFAATAN TEKNOLOGI

STRATEGIES TO ENHANCE OPERATIONAL EFFICIENCY AND BUSINESS COMPETITIVENESS OF LAUNDRY BAROKAH THROUGH TECHNOLOGY UTILIZATION

Fendy Cuandra^{1*}, Jenny Kartika Dewi²

^{1,2}) Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam

*Email korespondensi: fendy.cuandra@uib.ac.id

Abstract

Micro, small, and medium enterprises (MSMEs), particularly those operating in the laundry service sector, are currently facing increasingly intense competition as well as demands to adapt to the rapid development of digital technology. Laundry Barokah, as one of the MSMEs in Batam City, still experiences several limitations, especially in terms of brand identity, digital promotional activities, and the use of digital payment systems. This study aims to help improve the operational efficiency and business competitiveness of Laundry Barokah through the utilization of digital technology. The methods employed include interviews and direct observation to gain an in-depth understanding of the partner's conditions and challenges. Based on the analysis results, several implementations were carried out, including the development of a business logo as a visual identity, promotion through Instagram as a digital marketing medium, and the implementation of a digital payment system using QRIS. The results indicate an improvement in business visibility, as reflected by increased reach and interaction on the Instagram account, the emergence of positive customer reviews, and enhanced convenience and efficiency of transactions through non-cash payments. Overall, the utilization of digital technology has proven to have a positive impact on improving operational efficiency, service quality, and the competitiveness of Laundry Barokah.

Keywords: MSMEs, Digitalization, Laundry Barokah

Abstrak

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) terutama di bidang jasa laundry saat ini sedang menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat serta tuntutan adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital. Laundry Barokah sebagai salah satu UMKM di Kota Batam masih memiliki beberapa keterbatasan, khususnya dalam hal identitas merek, kegiatan promosi digital, dan penggunaan sistem pembayaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk membantu meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha Laundry Barokah melalui pemanfaatan teknologi digital. Metode yang digunakan meliputi wawancara dan observasi langsung guna memahami kondisi serta permasalahan yang dihadapi mitra. Berdasarkan hasil analisis tersebut, dilakukan beberapa implementasi, antara lain pembuatan logo usaha sebagai identitas visual, promosi melalui media sosial Instagram, serta penerapan sistem pembayaran digital menggunakan QRIS. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan visibilitas usaha yang terlihat dari bertambahnya jangkauan dan interaksi pada akun Instagram, munculnya ulasan positif dari pelanggan, serta meningkatnya kenyamanan dan efisiensi transaksi melalui pembayaran non-tunai. Secara keseluruhan, pemanfaatan teknologi digital terbukti memberikan dampak positif dalam meningkatkan efisiensi operasional, kualitas layanan, dan daya saing Laundry Barokah.

Kata kunci: UMKM, Digitalisasi, Laundry Barokah



CC Attribution-ShareAlike 4.0

Copyright © 2026 Author

Diterima: 22 Desember 2025; Disetujui: 8 Februari 2026; Terbit: 10 Februari 2026

PENDAHULUAN

Usaha *laundry* kini semakin banyak hadir di tengah masyarakat seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan layanan cuci pakaian yang praktis dan efisien. Definisi *laundry* itu sendiri merupakan layanan yang menyediakan jasa mencuci, merawat serta mengeringkan pakaian atau tekstil lainnya. Adapun salah satu UMKM Kota Batam yang bergerak di bidang ini yaitu Laundry Barokah. Pemilik usaha Laundry Barokah mengungkapkan bahwa alasan utama beliau menjalankan usaha ini karena beliau melihat prospek yang menjanjikan. Hal ini dikarenakan kehidupan masyarakat perkotaan yang modern cenderung mengandalkan hal-hal yang serba cepat dan efisien, terlebih lagi dengan kesibukannya masing-masing. Kebanyakan individu lebih memilih menggunakan layanan *laundry* karena merasa tidak memiliki waktu yang cukup untuk mencuci dan merawat pakaian sendiri di rumah mengingat bahwa kesibukan masyarakat modern perkotaan yang semakin tinggi membuat kebanyakan orang tidak memiliki cukup waktu untuk mencuci dan merawat pakaian sendiri di rumah.

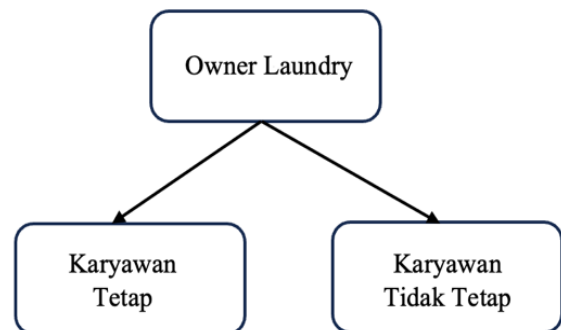


Gambar 1. Laundry Barokah

Laundry Barokah ini berlokasi di Komplek Tanjung Pantun Blok N No. 16, Kota Batam, dan telah beroperasi sejak September 2021. Daerah tersebut memiliki jumlah kos-kosan yang cukup banyak sehingga memberikan peluang besar untuk menjangkau pelanggan potensial yang membutuhkan layanan yang praktis dan efisien. Adapun operasional usaha ini setiap hari dari pukul 08.00 hingga 20.00. UMKM ini sendiri menyediakan beberapa jenis layanan seperti jasa cuci satuan, cuci kiloan, layanan setrika saja, cuci gosok dan cuci kering hingga *express*. Setiap posisi dalam usaha ini memiliki peran penting dan bekerja sama untuk memastikan Laundry Barokah dapat berjalan

dengan lancar. Adapun deskripsi tanggung jawab dari masing-masing posisi:

1. Owner Laundry: bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengambilan keputusan usaha secara keseluruhan yang mencakup perencanaan operasional, pengawasan kinerja karyawan serta pengelolaan keuangan.
2. Karyawan Tetap: bertanggung jawab atas aktivitas *laundry* secara rutin yang mencakup pelayanan pelanggan, penerimaan pesanan hingga pengelolaan pesanan pelanggan.
3. Karyawan Tidak Tetap: bertugas dalam membantu kegiatan operasional *laundry* sesuai kebutuhan terutama ketika volume pekerjaan meningkat.



Gambar 2. Struktur Organisasi Laundry Barokah

Di tengah persaingan antara kompetitor di usaha bidang *laundry* ini, sebuah usaha hendaknya memiliki logo usaha yang berfungsi sebagai “*brand identity*” usaha itu sendiri. Menurut Latasya dan Kharisma (2025), logo merupakan bentuk visual yang mewakili identitas perusahaan dan berfungsi sebagai “pembeda” dengan usaha lainnya. Dari kasus Laundry Barokah ini, usaha belum memiliki logo usaha sehingga sulit untuk membangun citra merek yang konsisten dan baik dalam kegiatan promosi *offline* maupun *online*. Adanya logo usaha pada Laundry Barokah diharapkan dapat memperkuat citra merek usaha serta mendukung pengembangan pemasaran berbasis digital.

Perkembangan teknologi sangat berkontribusi dalam keberlangsungan dan perkembangan usaha termasuk usaha *laundry*. Pemanfaatan teknologi melalui *platform* digital mempermudah dalam layanan dan transaksi, memperluas jangkauan pasar serta menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan. Terlepas dari kelebihan dari teknologi itu sendiri, pelaku usaha *laundry* juga dihadapkan dengan

beberapa hambatan seperti persaingan yang semakin ketat, keterbatasan penguasaan teknologi serta minimnya upaya dalam membangun citra merek usaha (Chania *et al.*, 2025). Dalam kasus Laundry Barokah, metode pemasaran masih menggunakan cara yang tradisional yaitu komunikasi dari mulut ke mulut. Metode ini efektif dalam menarik pelanggan berdasarkan hasil rekomendasi namun tidak untuk pelanggan dengan jangkauan yang lebih luas. Selain dari itu, Laundry Barokah juga tidak memanfaatkan secara optimal terkait dengan promosi digital seperti melalui media sosial dan *platform online* lainnya.

Terkait dengan sistem pembayaran, Laundry Barokah masih mengandalkan sistem pembayaran tunai untuk operasional sehari-hari. Padahal, di jaman yang serba teknologi ini sudah banyak masyarakat yang beralih menggunakan pembayaran digital seperti *transfer*, *e-wallet* dan QRIS. Hal ini dikarenakan beberapa individu enggan untuk membawa tunai dan khawatir akan risiko kehilangan uang tunai sehingga pembayaran digital dianggap lebih praktis dan aman. Keterbatasan opsi pembayaran ini menjadi kendala tersendiri dalam meningkatkan kenyamanan dan kemudahan bertransaksi bagi pelanggan.

Ruang lingkup dari kegiatan ini mencakup pembuatan logo usaha yang membantu dalam membangun citra merek usaha. Pada kegiatan ini, penulis akan menganalisis karakteristik usaha sehingga dapat menghasilkan konsep desain yang sesuai untuk Laundry Barokah. Logo usaha ini kemudian akan digunakan secara konsisten di setiap konten promosi khususnya melalui sosial media untuk memudahkan pelanggan maupun calon pelanggan untuk mengenali dan mengingat merek usaha.

Ruang lingkup kegiatan selanjutnya mencakup promosi UMKM Laundry Barokah melalui media sosial yaitu Instagram. Hal ini dilakukan dengan mengunggah konten yang dibuat secara menarik dan informatif sehingga dapat meninggalkan kesan yang baik oleh audiens. Melalui kegiatan promosi ini diharapkan agar dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan mendorong peningkatan jumlah pelanggan secara berkelanjutan.

Kegiatan ini juga mencakup pembuatan sistem pembayaran berbasis digital yaitu QRIS untuk menciptakan proses transaksi yang cepat, aman dan praktis. Penerapan sistem ini membantu Laundry Barokah dalam beradaptasi

dengan perkembangan teknologi serta digitalisasi ekonomi yang semakin cepat. Melalui ini, Laundry Barokah diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan memberikan citra usaha yang modern.

Kegiatan ini bertujuan agar merek usaha Laundry Barokah semakin dikenal lebih luas dan di ingat oleh target pasar melalui logo usaha yang menarik. Pemasaran digital melalui sosial media terhadap Laundry Barokah diharapkan agar meningkatkan jumlah calon pelanggan mitra sehingga mitra berkesempatan untuk berkembang lewat pembukaan cabang baru di wilayah berpotensi lainnya. Penerapan pembayaran digital melalui QRIS bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan serta proses transaksi yang cepat.

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat membantu mitra dalam beradaptasi dengan penerapan teknologi digital dalam operasional usaha sehari-hari. Melalui proses ini, mitra didorong untuk terus belajar mengikuti perkembangan jaman sehingga mampu meningkatkan daya saing usaha dan mampu bersaing dengan kompetitor baru di bidang usaha yang sama.

Pelaksanaan kegiatan ini dikatakan berhasil apabila akun Instagram Laundry Barokah berhasil dibuat dan sudah terisi dengan konten postingan yang menarik. Selain itu, sudah ada aktivitas awal dari pengguna seperti *followers* baru atau interaksi di postingan. Keberhasilan ini diukur dari adanya peningkatan *insight* akun instagram serta *review* positif dari pelanggan di berbagai *platform* yang berkaitan dengan Laundry Barokah, menandakan bahwa Laundry Barokah mulai dikenal oleh calon pelanggan di luar dari lingkungan operasional usaha.

Selain itu, kegiatan ini juga dikatakan berhasil apabila Laundry Barokah sudah memiliki QRIS aktif yang bisa digunakan pelanggan untuk membayar non-tunai. Sudah terdapat transaksi digital yang telah berhasil dilakukan selama kegiatan berlangsung sebagai bukti bahwa sistemnya berjalan. Penerapan pembayaran digital ini menandakan bahwa Laundry Barokah dapat menyesuaikan perkembangan teknologi saat ini serta meningkatkan kemudahan ataupun kenyamanan pelanggan dalam melakukan transaksi.

Berdasarkan rancangan luaran kegiatan yang telah disusun, adapun *output* yang ingin dicapai untuk memenuhi tujuan kegiatan ini dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. Deskripsi luaran kegiatan Laundry Barokah

No	Nama Luaran (Deskripsi)
1	<p>Pembuatan logo usaha Penulis akan membantu dalam menciptakan identitas visual yang menggambarkan Laundry Barokah itu sendiri. Hal ini bertujuan agar Laundry Barokah dapat menciptakan <i>brand image</i> kuat yang tertanam di benak konsumen. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat membuat usaha Laundry Barokah dapat bertahan ketika banyaknya kompetitor di bidang yang sama terus bermunculan.</p> <p>Promosi usaha lewat akun Instagram Laundry Barokah Penulis membantu mitra untuk melakukan promosi usaha lewat media sosial agar mitra dapat dikenal luas oleh masyarakat, tidak hanya terbatas pada lingkungan sekitar usaha. Hal ini dilakukan dengan memposting konten yang menarik dan informatif seputar usaha Laundry Barokah. Kegiatan ini dilakukan dengan harapan agar Laundry Barokah semakin berkembang, menarik lebih banyak pelanggan serta membangun kepercayaan konsumen.</p> <p>Penerapan sistem pembayaran digital melalui QRIS Penulis membantu mitra untuk melakukan promosi usaha lewat media sosial agar mitra dapat dikenal luas oleh masyarakat, tidak hanya terbatas pada lingkungan sekitar usaha. Hal ini dilakukan dengan memposting konten yang menarik dan informatif seputar usaha Laundry Barokah. Kegiatan ini dilakukan dengan harapan agar Laundry Barokah semakin berkembang, menarik lebih banyak pelanggan serta membangun kepercayaan konsumen.</p>
2	
3	

Sumber: Penulis (2025)

METODE

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara serta observasi. Melalui wawancara, penulis dapat memahami sudut pandang, pengalaman dan cara berpikir responden secara lebih mendalam sehingga metode ini efektif dalam menggali pemahaman yang utuh tentang subjek penelitian (Rivaldi *et al.*, 2023). Selama proses wawancara, penulis akan mengajukan seputar pertanyaan

mengenai kondisi usaha Laundry Barokah kepada pemilik usaha serta karyawan. Adapun hasil yang didapatkan melalui wawancara ini, penulis memperoleh informasi terkait dengan proses operasional, strategi pemasaran serta kendala mitra.

Penulis juga melakukan kunjungan langsung ke lokasi mitra untuk observasi. Observasi memungkinkan dalam memperoleh data alami dan mendalam tentang konteks penelitian sehingga dapat memberikan gambaran lebih akurat tentang kondisi dan situasi yang diteliti (Romdona *et al.*, 2025). Melalui proses observasi ini, penulis memperoleh informasi terkait dengan aktivitas sehari-hari operasional seperti interaksi mitra dengan pelanggan serta penerapan sistem kerja mitra.

Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra serta observasi langsung ke lokasi mitra, penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan yang dihadapi mitra. Permasalahan tersebut mencakup belum adanya logo usaha, minimnya promosi khususnya melalui media digital serta sistem pembayaran yang terbatas. Melalui ini, penulis menemukan beberapa solusi dan melakukan diskusi bersama pemilik usaha terkait rencana serta tahapan implementasinya.

Solusi yang telah disusun akan didiskusikan bersama pemilik usaha agar dapat disesuaikan dengan kesiapan dan arah pengembangan Laundry Barokah. Setelah mendapatkan persetujuan dari pemilik usaha terkait rencana, penulis langsung menerapkan implementasinya secara bertahap sesuai dengan rencana yang telah disepakati. Keseluruhan proses rancangan luaran ini diharapkan dapat memberikan dampak nyata dalam meningkatkan visibilitas usaha, adaptasi teknologi serta kenyamanan pelanggan Laundry Barokah.

Kegiatan ini akan diawali dengan melakukan komunikasi bersama pemilik usaha Laundry Barokah terkait dengan kebutuhan dan permasalahan yang sedang dihadapi usaha. Penulis menggunakan metode wawancara serta observasi untuk memperoleh gambaran kondisi usaha secara menyeluruh. Setelah itu, penulis akan memberikan rencana kegiatan yang mencakup perancangan logo usaha, strategi pemasaran melalui sosial media serta penerapan sistem pembayaran digital melalui QRIS. Rencana ini akan didiskusikan penulis bersama dengan pemilik usaha sebelum masuk ke tahap pelaksanaannya.

Pada tahap pelaksanaan, pertama-tama penulis terlebih dahulu akan merancang desain

logo usaha yang sudah disesuaikan dengan konsep usaha. Penulis juga akan membuat dan mengelola akun Instagram mitra dengan mengunggah konten secara bertahap untuk menarik calon pelanggan. Selain itu, penulis juga akan membantu penerapan sistem pembayaran digital yaitu QRIS yang disertai dengan pemahaman singkat kepada pemilik usaha serta karyawan terkait dengan sistem pembayaran ini.

Pada tahap penilaian, penulis akan mengevaluasi hasil pelaksanaan kegiatan melalui perkembangan Instagram mitra yang dapat dilihat dari *insight* serta interaksi pengguna. Penulis juga akan melihat keberhasilan penggunaan QRIS lewat jumlah transaksi yang didapatkan dalam 1 hari operasional usaha. Setiap progress dan hasil dari kegiatan ini akan dituangkan dalam laporan yang kemudian akan dijadikan sebagai bahan penilaian oleh dosen pembimbing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan hasil wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan Laundry Barokah serta observasi langsung di lokasi usaha, diidentifikasi beberapa permasalahan utama yang menghambat perkembangan, yakni tidak adanya logo usaha sebagai identitas visual, minimnya promosi melalui media digital seperti Instagram dan keterbatasan sistem pembayaran yang masih bergantung pada tunai. Dari analisis tersebut, penulis merancang solusi yang mencakup pembuatan logo usaha, pengelolaan akun Instagram dengan konten menarik serta implementasi QRIS agar dapat mendukung pelaksanaan transaksi non-tunai. Rancangan ini kemudian didiskusikan terlebih dahulu bersama dengan pemilik usaha agar dapat menyesuaikannya dengan kesiapan operasional, visi pengembangan, maupun sumber daya yang tersedia. Hal ini diperuntukkan agar solusi teknologi yang dirancang diharapkan tidak hanya tepat guna, tetapi juga relevan dan mudah diterapkan sesuai dengan konteks UMKM lokal.

Setelah memperoleh persetujuan penuh, penulis melaksanakan implementasi secara bertahap, diawali dengan proses desain logo, diikuti pengoptimalan promosi digital dan diakhiri dengan penerapan QRIS beserta pelatihan singkat bagi mitra usaha. Penerapan implementasi ini diharapkan dapat memberikan dampak nyata dengan harapan menghasilkan dampak nyata berupa peningkatan visibilitas merek, jangkauan pelanggan baru, adaptasi

terhadap perkembangan teknologi serta kenyamanan transaksi yang mendorong loyalitas konsumen di tengah persaingan *laundry* yang semakin ketat.



Gambar 3. Logo Laundry Barokah

Proses implementasi luaran diawali dengan kegiatan pembuatan logo Laundry Barokah, dimana sebelumnya belum ada logo. Logo ini menjadi tahapan awal agar lebih mudah dikenali, diingat dan mudah diidentifikasi oleh target pelanggannya. Pada Logo Laundry Barokah menggunakan foto produk bernuansa biru muda yang identik dengan warna air yang bersih, higienis disertai dengan ilustrasi animasi gambar tumpukan pakaian yang ingin dicuci, mesin cuci dan hasil pakaian wangi yang sudah bersih dan rapi. Pada logo juga disertai dengan tahun pendirian Laundry Barokah di tahun 2021. Dengan logo tersebut, diharapkan dapat menumbuhkan kepercayaan dan kesadaran audiens terkait dengan jasa *laundry* yang bersih, rapi, dan wangi.



Gambar 4. Desain Ulang Banner Laundry Barokah

Proses implementasi luaran yang selanjutnya berkaitan erat dengan pembentukan banner Logo Laundry Barokah, dimana untuk mengganti banner sebelumnya yang sudah lama. Pembuatan banner baru yang menekankan jasa *laundry* yang lebih bersih, rapi dan wangi dengan deskripsi yang jelas mengenai jenis layanan yang

disediakan, mulai dari cuci kiloan, cuci satuan, *express*, setrika saja, cuci gosok, maupun cuci kering, dengan harga yang ditawarkan, mulai dari 7.000/kg. Kemudian, pada banner juga tersedia nomor handphone yang dapat dihubungi untuk tanya lebih lanjut maupun pemesanan layanan serta dengan alamat lengkap di Komplek Tanjung Pantun Blok N no 16.



Gambar 5. Konten Instagram Laundry Barokah

Proses implementasi selanjutnya berupa perancangan konten yang menarik dan informatif mengenai Laundry Barokah. Postingan Instagram ini dirancang untuk membangun citra profesional serta informatif Laundry Barokah sebagai layanan *laundry* yang modern dan terpercaya. Baris pertama berisi testimoni pelanggan, foto tampak depan usaha serta konten “*myth vs fact*” seputar *laundry* yang bertujuan menumbuhkan kepercayaan dan memberikan edukasi ringan sekaligus menunjukkan keberadaan usaha secara nyata di lokasi fisik. Baris kedua berfokus pada informasi dan edukasi dengan konten “*tahukah kamu?*” tentang permasalahan pakaian, tips mencuci yang baik serta visual orang yang sedang membawa pakaian *laundry* dimana kombinasi ini membantu menjelaskan manfaat layanan dan menempatkan Laundry Barokah sebagai solusi praktis bagi masalah cucian sehari-hari. Baris ketiga menekankan aspek transaksional dan layanan, berupa daftar harga yang jelas, informasi bahwa Laundry Barokah buka setiap hari dengan jam operasional yang tertera serta desain promosi layanan lengkap beserta kontak yang bisa dihubungi sehingga memudahkan calon pelanggan untuk mengetahui biaya, waktu layanan dan cara mengakses jasa *laundry* secara

langsung. Promosi digital ini dilakukan dengan harapan agar Laundry Barokah semakin berkembang, menarik lebih banyak pelanggan serta membangun kepercayaan konsumen.

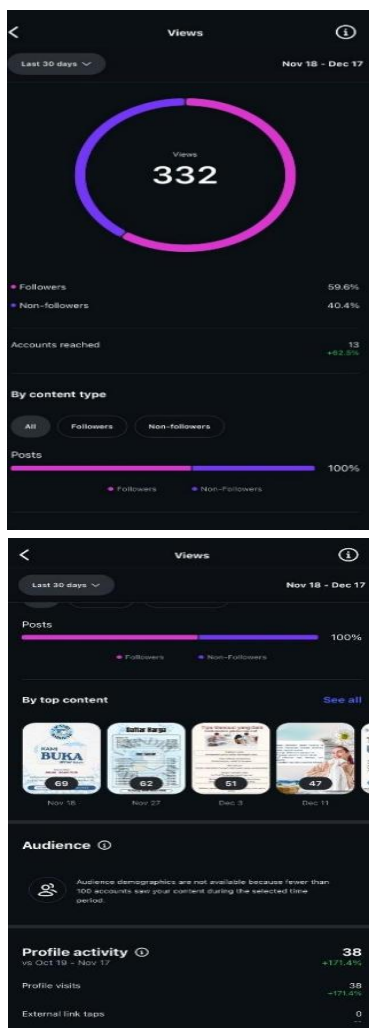


Gambar 6. QRIS Laundry Barokah

Selanjutnya, penulis juga menghadirkan pembayaran digital berupa QRIS, yang diperuntukkan dalam menyediakan media pembayaran non-tunai bagi pelanggan Laundry Barokah sehingga transaksi dapat dilakukan dengan lebih praktis hanya melalui pemindaian kode QR menggunakan aplikasi keuangan digital yang dimiliki pelanggan. Melalui penerapan QRIS ini, pelanggan yang tidak membawa uang tunai tetap dapat melakukan pembayaran dengan aman dan cepat, sementara pemilik usaha dapat meminimalkan risiko kesalahan pengembalian uang serta meningkatkan pencatatan transaksi secara lebih tertata. QRIS tersebut nantinya akan ditempatkan di area kasir atau meja pelayanan yang mudah terlihat oleh pelanggan. Melalui pelaksanaan luaran-luaran tersebut, diharapkan dapat mendukung Laundry Barokah dalam menjalankan usahanya dengan lebih praktis, berkeunggulan kompetitif serta lebih mampu memenuhi kebutuhan pelanggan di era digital saat ini.

Setelah penerapan desain logo baru, banner yang baru diikuti dengan pembuatan konten promosi digital yang menarik dan kreatif di Instagram, ditandai dengan hasil pencapaian positif dalam hal peningkatan aktivitas kunjungan dan jangkauan akun, sebagaimana yang dilihat dari *insight*. Berdasarkan tampilan *insight*, total *views* mencapai 332 dalam rentang waktu sekitar satu bulan, dengan total 59,6% berasal dari *followers* dan 40,4% dari *non-followers*, yang mengindikasikan bahwa konten promosi tidak hanya dilihat oleh pengikut lama tetapi juga mulai menjangkau calon pelanggan baru di luar

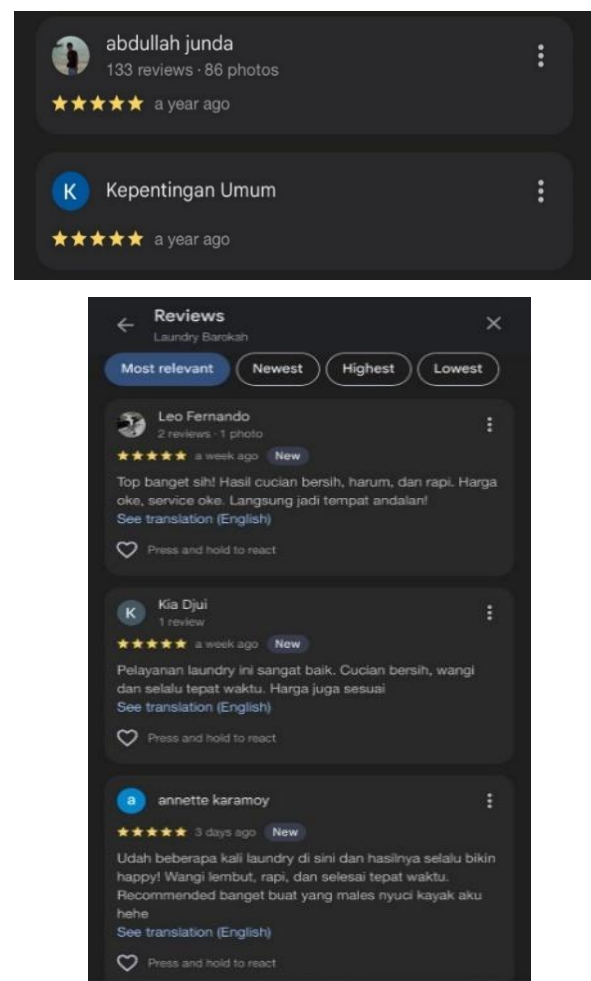
pengikut akun. Akun ini juga berhasil menjangkau 13 akun dengan persentase kenaikan yang cukup signifikan, serta mencatat 38 aktivitas profil (*profile activity*) yang mencakup kunjungan profil dan interaksi lain, yang menandakan adanya ketertarikan pengguna untuk melihat informasi lebih lanjut tentang layanan Laundry Barokah setelah melihat konten yang diposting. Selain itu, bagian “*top content*” menunjukkan bahwa beberapa postingan seperti informasi jam operasional, daftar harga dan konten edukatif menempati posisi teratas dalam jumlah *views* sehingga dapat disimpulkan bahwa konten informatif dan pelayanan dasar menjadi daya tarik utama bagi audiens setelah penerapan strategi promosi digital ini.



Gambar 7. Insight Instagram Laundry Barokah

Selanjutnya, penulis juga mengungkapkan adanya peningkatan rating, komentar dan masukan positif di *online reviews*, dimana menandakan semakin banyaknya konsumen yang mengemukakan terkait layanan dan hasil *laundry* yang bersih, harum, dan rapi,

dengan harga yang terjangkau dan pelayanan yang baik. Kemudian, ada konsumen lainnya mengemukakan terkait pelayanan yang sungguh baik, cucian yang bersih, dan layanannya tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini juga diikuti dengan rekomendasi dari para konsumen yang mendorong calon pelanggan lainnya untuk menggunakan jasa layanan Laundry Barokah untuk mereka yang sibuk atau ingin mencuci dengan praktis. Hal ini sebagai bentuk peningkatan rating positif dari yang sebelumnya hanya memberikan bintang tanpa memberikan komentar apapun terkait jasa layanan, sekarang ini menandakan adanya peningkatan kepuasan dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang disediakan Laundry Barokah.



Gambar 8. Perbandingan Rating *Online* Sebelum dan Sesudah Implementasi Kegiatan

Selain itu, setelah penerapan QRIS di Laundry Barokah, terjadi peningkatan kenyamanan dan kelancaran proses transaksi karena pelanggan dapat membayar hanya dengan memindai kode tanpa perlu menyiapkan uang tunai. Hal ini mendorong lebih banyak pelanggan

untuk melakukan pembayaran non-tunai sehingga frekuensi transaksi digital ikut meningkat dan membantu pemilik usaha dalam mencatat pemasukan secara lebih rapi dan terstruktur. Penerapan QRIS juga mengurangi risiko selisih atau kesalahan pengembalian uang sekaligus memberikan kesan bahwa Laundry Barokah mampu mengikuti perkembangan teknologi pembayaran modern, yang pada akhirnya mendukung citra usaha sebagai layanan *laundry* yang profesional dan terpercaya di mata pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra, terdapat minimal 5 transaksi dalam 1 hari kerja yang menggunakan QRIS dalam proses operasional Laundry Barokah. Hal ini menandakan efektivitas QRIS dalam membantu penjual dan pembeli dalam menempuh proses pembayaran yang praktis, efisien dan efektif (Rifani, 2023; Siregar *et al.*, 2025). Selain itu, hal ini menandakan bahwa Laundry Barokah melalui pelaksanaan pembayaran digital ini dapat menyesuaikan perkembangan teknologi saat ini serta meningkatkan kemudahan ataupun kenyamanan pelanggan dalam melakukan transaksi.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa implementasi kegiatan dengan memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha Laundry Barokah memberikan dampak positif terhadap efisiensi dan daya saing usaha. Adapun kegiatan ini dilaksanakan melalui tahap analisis permasalahan, pengumpulan data serta penerapan solusi yang disesuaikan dengan permasalahan mitra. Solusi tersebut mencakup pembuatan logo usaha sebagai identitas visual dalam membantu Laundry Barokah membangun citra merek yang lebih profesional dan mudah diingat oleh pelanggan.

Kegiatan ini juga mencakup promosi usaha lewat pemanfaatan sosial media berupa Instagram yang membantu meningkatkan visibilitas usaha, menjangkau jangkauan pasar yang lebih luas serta mendorong interaksi yang lebih aktif dengan pelanggan. Hal ini terlihat dari adanya peningkatan *insight* akun Instagram Laundry Barokah dan munculnya ulasan positif dari pelanggan. Terakhir, penerapan sistem pembayaran digital melalui QRIS ini juga terbukti dalam meningkatkan kemudahan dan kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi. Hal

ini juga membantu mitra dalam pengelolaan transaksi yang lebih praktis, efisien dan tertata.

Berdasarkan hasil kegiatan ini, terdapat beberapa saran kepada Laundry Barokah sebagai acuan dalam upaya pengembangan usaha kedepannya. Laundry Barokah dapat mempertimbangkan penggunaan Whatsapp Business sebagai sarana utama pelanggan untuk bertanya jawab, pesan layanan serta penyampaian keluhan secara langsung. Pemanfaatan fitur-fitur layanan seperti pesan otomatis dan katalog layanan dapat membantu penyampaian informasi dengan lebih cepat dan jelas sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Laundry Barokah juga disarankan untuk menambahkan layanan antar jemput untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan layanan antar jemput dapat membantu pelanggan yang memiliki keterbatasan waktu dan jarak tempuh. Dengan adanya layanan ini, diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan serta memperkuat daya saing usaha ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada UMKM Laundry Barokah atas kesempatan dan kepercayaan yang diberikan kepada penulis sebagai mitra dalam pelaksanaan program kerja praktek. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan dukungan selama kegiatan kerja praktek ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Chania, M., Delfira, D., Hanoselina, Y., & Fitri Helmi, R. (2025). *Digitalisasi dan Branding Usaha Laundry: Pemberdayaan dan Penguatan UMKM Di Era Ekonomi Digital Digitalization and Branding of Laundry Business: Empowerment and Strengthening of MSMEs in the Digital Economy Era*. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Latasya, B., & Kharisma, V. (2025). PERANCANGAN LOGO USAHA UMKM MILA BERKAH LAUNDRY SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND IDENTITY DARI USAHA TERSEBUT. In *Syntax Literate* (Vol. 10, Issue 5).

Rifani, R. A. (2023). AMSIR Accounting & Finance Journal Penerapan Sistem Pembayaran QRIS pada Sektor UMKM di Kota Parepare. In *AMSIR Accounting & Finance Journal* (Vol. 1, Issue 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.56341/aafj.v1i1.170>

Rivaldi, A., Feriawan, U., & Nur, M. (2023). *METODE PENGUMPULAN DATA MELALUI WAWANCARA*.

Romdona, S., Senja Junista, S., & Gunawan, A. (2025). *TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN KUESIONER*. 3(1), 39–47. <https://samudrapublisher.com/index.php/JISOSEPOL>

Siregar, A. J., Aryani, A. D., Utami, D. A., & Nurbaiti. (2025). PENERAPAN PENGGUNAAN PEMBAYARAN DIGITAL QRIS PADA UMKM. *Jurnal Sains Student Research*, 3(1), 344–353. <https://doi.org/10.61722/jssr.v3i1.3483>