

Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan Murni Laundry Pasca Pandemi

¹⁾Rahel Nurhamidah, ²⁾Renza Fahlevi

^{1,2,3)}Manajemen, Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam, Indonesia

Email Corresponding: 1941129.rahel@uib.edu

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Digital Marketing Instagram Umkm Sales Promotion Brand Awareness	Transformasi digital mendorong Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengembangkan strategi pemasaran yang adaptif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Meskipun pemanfaatan digital marketing semakin berkembang, sebagian pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam mengoptimalkan media sosial sebagai sarana promosi dan membangun hubungan dengan pelanggan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM Murni Laundry dalam menerapkan strategi digital marketing melalui Instagram dan mengoptimalkan sales promotion untuk meningkatkan pemasaran usaha. Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan identifikasi kebutuhan, observasi dan wawancara, edukasi mengenai digital marketing, pendampingan pengelolaan Instagram, penyusunan konten promosi, implementasi sales promotion, serta evaluasi hasil kegiatan. Pendampingan difokuskan pada optimalisasi profil bisnis, pengembangan konten pemasaran yang informatif dan menarik, serta pemanfaatan fitur Instagram untuk memperkuat komunikasi dengan pelanggan. Hasil implementasi menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram yang dikombinasikan dengan strategi sales promotion memberikan dampak positif terhadap aktivitas pemasaran UMKM Murni Laundry. Setelah implementasi program, pendapatan usaha mengalami peningkatan sebesar 15%, disertai peningkatan interaksi dengan pelanggan, penguatan brand awareness, dan upaya mempertahankan loyalitas pelanggan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan digital marketing yang terencana dan disertai pendampingan dapat menjadi strategi yang relevan bagi UMKM dalam mengoptimalkan pemasaran dan mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.
Keywords: Digital marketing Instagram Msmes Sales promotion Brand awareness	Digital transformation has encouraged Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to adopt more adaptive marketing strategies to expand market reach and strengthen business competitiveness. However, many MSMEs still face challenges in optimizing social media as an effective promotional platform and a means of building customer relationships. This community service program aimed to improve Murni Laundry's capacity to implement digital marketing strategies through Instagram and optimize sales promotion activities to enhance business performance. The program was implemented through several stages, including needs identification, observation and interviews, digital marketing education, assistance in managing Instagram, promotional content development, sales promotion implementation, and program evaluation. The assistance focused on optimizing the business profile, developing informative and engaging marketing content, and utilizing Instagram features to strengthen communication with customers. The results showed that the integration of Instagram-based digital marketing and sales promotion had a positive impact on Murni Laundry's marketing performance. Following the implementation of the program, business revenue increased by 15%, accompanied by improved customer engagement, stronger brand awareness, and enhanced efforts to maintain customer loyalty. These results indicate that well-planned digital marketing supported by continuous assistance can serve as an effective strategy for MSMEs to optimize their marketing activities and support sustainable business development. This is an open access article under the CC-BY-SA license.



I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi tidak terlepas dari manfaat yang dirasakan oleh pengusaha besar hingga pengusaha kecil. Teknologi menunjang dari proses produksi, pemasaran, distribusi serta keberlanjutan bisnis menjadi lebih efektif dan efisien (Idah & Pinilih, 2020). Philip Kotler menjelaskan mengenai pemasaran 4.0 atau biasa yang di sebut dengan pemasaran digital. Konsep pemasaran 4.0 merupakan segmentasi dan targetting yang harus dilakukan sebagai dasar dari strategi pemasaran dan dalam konsep pemasaran digital hubungan antara merek dan konsumen berada pada lini horizontal yang harus transparan, dimana konsumen yang satu dengan yang lain memiliki keterkaitan yang berhubung satu dengan lainnya (Krisnawati, 2018). Kemampuan dalam memanfaatkan kemajuan teknologi digital marketing maka dapat berimbas pada kualitas produk dan kemampuan kontinuitas yang dapat diberikan oleh UMKM dalam melayani konsumennya, dan dapat meningkatkan pertumbuhan yang pesat pada bisnisnya (Jamiat & Supyansuri, 2020)

Di Indonesia pelaku UMKM telah memasuki ekosistem digital hingga Mei 2022, Menteri koperasi dan UKM Teten Masduki mencatat sudah 19 juta UMKM yang terjun dalam digital. Jumlah tersebut masih kurang 11 juta dari target 30 juta UMKM go digital 2024 pernyataan tersebut bersumber dari (CNN, 2022). Maka hal tersebut yang mendorong kegiatan kerja Praktek untuk membantu UMKM melek terhadap manfaat digital marketing. Salah satu sarana kemajuan digital marketing ialah memanfaatkan media sosial. Menurut Anggia & Shihab, (2019) menyatakan bahwa media sosial bisa menjadi salah satu strategi yang ampuh dalam pendekatan dan interaksi dengan pelanggan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Suhandiah & Widyasari, (2021) pemanfaatan media sosial mampu memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan, dan bukan hanya bergantung dari pemasaran offline.

Manfaat yang didapatkan dengan *digital marketing* melalui sarana media sosial ialah dengan strategi mempromosikan jasa yang ada pada Murni Laundry. Membuat akun bisnis di media sosial seperti Instagram bisnis, postingan mengenai promosi yang sedang berlangsung. Pada kegiatan kerja praktek maka strategi selanjutnya yang diterapkan pada Murni Laundry ialah mendaftarkan usahanya ke google bisnisku. Manfaat yang dirasakan saat penggunaan google bisnisku pelanggan akan lebih mudah menemukan toko dan jangkauan lebih luas (Yuliani & Novita, 2019).

Murni Laundry merupakan salah satu UMKM di Kota Batam yang bergerak dibidang jasa pencuci pakaian dan sejenisnya. Lokasi Murni Laundry berada di kompleks Bengkong Telaga Indah blok G no 8, Sadai, Batam. Murni Laundry didirikan pada tahun 2017 oleh Bapak Mulyadi. Omset rata -rata yang didapatkan oleh Murni Laundry sebesar Rp 120.000.000 per tahun. Aktivitas kegiatan operasional Murni Laundry dimulai dari 07.30 WIB hingga 21.30 WIB, dan beroperasi setiap hari. Murni Laundry menyediakan jasa mencuci kiloan, cuci satuan, setrika, cuci badcover, spreï dan lain sebagainya.

Tujuan proyek ini ialah membantu meningkatkan pendapatan sebesar 15% dibandingkan dengan tahun sebelumnya pada Murni Laundry, yang menurun dikarenakan pandemi *Covid19*. Membantu meningkatkan jumlah pelanggan baru, menjaga *loyalitas* pelanggan, dan membangun *brand image*. Maka proyek ini diterapkan dengan pembuatan *google map*, *Instagram*, dan membuat promosi. Sehingga mampu untuk bersaing dengan kompetitor.

II. MASALAH

Murni Laundry beroperasi sejak tahun 2017, usaha yang dilakukan ialah jasa mencuci dan setrika pakaian dan kain. Namun dari pandemi hingga pasca pandemi mengalami penurunan omset. kompetitor yang semakin banyak juga menjadi salah satu kendala Murni Laundry sulit meningkatkan pendapatannya. Bahkan persaingan yang semakin bertambah menjadikan Murni laundry menurun hingga 35%. Omset pada tahun 2019 hingga 2022 pada saat pandemi mengalami penurunan hingga Rp 42.000.000, jadi omset yang di dapat Rp 78.000.000, apabila dibiarkan maka omset akan terus menurun, alasan lain yaitu kompetitor Murni Laundry menjadi lebih berkembang dan maju dikarenakan usaha tersebut telah memasarkan jasanya melalui *digital marketing*.

Promosi yang dilakukan oleh Murni Laundry masih menggunakan promosi secara *offline* seperti *word of mouth* atau tersebar melalui mulut ke mulut, dan pemasaran menggunakan spanduk. Promosi tersebut dikategorikan cukup baik, namun dengan membandingkan kompetitor yang jauh lebih berkembang dengan memanfaatkan digital marketing. Maka dari itu Murni Laundry membutuhkan pengembangan sistem promosi *digital marketing* untuk meningkatkan dan memperluas pelanggan.



Gambar 1. Lokasi PKM

III. METODE

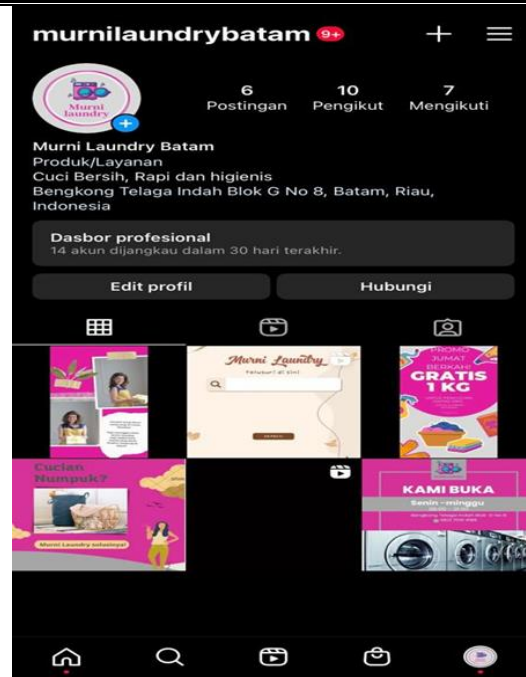
Pengumpulan data dilakukan dengan 2 metode yaitu data primer dan data sekunder. Melalui data primer yaitu mengumpulkan data dengan cara wawancara dan observasi. Tujuan dari wawancara dan observasi ialah untuk mengumpulkan informasi yang akan digunakan dalam kerja Praktek dan untuk memahami sistem yang digunakan oleh Bapak Mulyadi dan kegiatan promosi promosi apa yang dilakukan di Murni Laundry. Data sekunder ialah kumpulan data yang di telah ada sebelumnya yang digunakan sebagai kebutuhan untuk melengkapi data penelitian, dengan cara studi Pustaka, dokumentasi, serta data laporan yang telah tersedia.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari wawancara dan observasi secara langsung yang dilakukan kepada pemilik Murni Laundry bapak Mulyadi, maka terdapat beberapa kendala di sistem promosi yang belum memiliki media sosial dan google bisnisku. Pemilik tidak memiliki program promosi seperti diskon atau pun program untuk mengapresiasi pelanggan seperti memberikan giveaway. Maka dari itu, penulis memutuskan untuk mendaftarkan usaha ke google bisnisku, memuat akun media sosial, membuat promosi dan menyebarkan ke melalui media sosial.

1. Membuat akun Media Sosial

Pada proses awal, penulis mendaftarkan akun Instagram murni laundry, proses pembuatan akun media sosial Instagram tidak membutuhkan waktu yang lama. Pada tahap awal pembuatan Instagram ialah memaftarkan email baru khusus murn laundry, setelahnya daftar akun instgram menggunakan email yang telah dibuat. Lalu setelahnya menggunakan fitur Instagram bisnis untuk menampilkan akun yang profesional serta dapat menganalisis pengunjung ke akun Instagram murni laundry. Di kondisi awal murni laundry yang tidak memiliki akun instgram kini telah memiliki akun resmi murni laundry dengan jumlah pengikut saat ini mencapai 20% dari sebelumnya.



Gambar 2. akun Instagram Murni Laundry

2. Strategi Sales Promotion

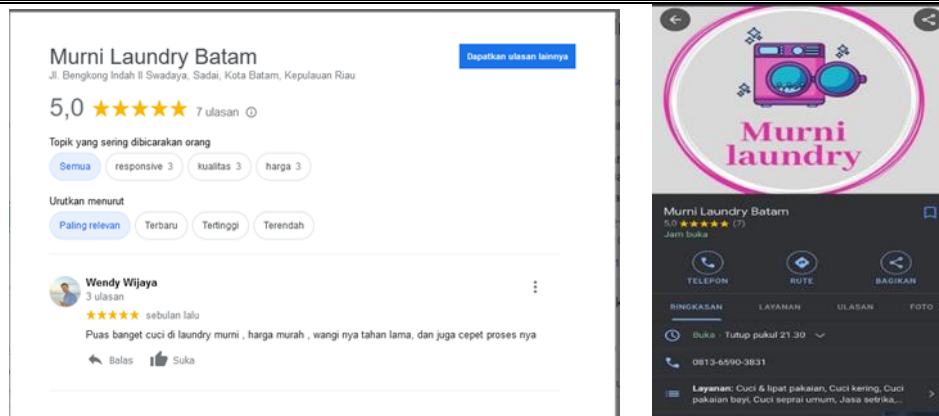
Sales promotion bertujuan menarik perhatian konsumen untuk membeli produk atau jasa dengan penawaran khusus. Penulis akan merancang brosur tentang gratis cuci 1 kg untuk setiap 10 kg cucian, penulis juga membuat kupon dengan mengumpulkan kupon tersebut maka pelanggan dapat souvenir. Dengan sistem kupon, syarat yang diperlukan ialah dengan mengumpulkan 5 kupon maka, pelanggan mendapatkan souvenir berupa payung, dan promosi yang dilakukan setiap hari jumat diberikan diskon 1kg untuk laundry min 10 kg dengan syarat mengikuti Instagram murni laundry dan mengirimkan bukti. Maka hasil dari sales promotion tersebut adanya peningkatan pelanggan baru sebanyak 3-4 perminggunya.



Gambar 3. salah satu pelanggan Murni Laundry

3. Mendaftarkan google bisnisku

kondisi setelah berhasil di daftarkan ke google bisnisku, maka adanya peningkatan pelanggan dengan jangkauan yang lebih luas, Sebagian dari pelanggan melihat dari review yang diberikan oleh pelanggan yang pernah ke murni laundry, rata – rata pelanggan yang pernah ke murni laundry memberikan nilai dengan memberikan bintang 5



Gambar 4. tampilan google bisnisku

V. KESIMPULAN

Murni laundry merupakan usaha mikro kecil menengah yang berdiri sejak tahun 2017 didirikan oleh bapak Mulyadi yang terletak di bengkok telaga indah blok G no 8, Sadai, Batam. Penulis merancang dan mengimplementasikan digital marketing pada Murni laundry dengan memanfaatkan media sosial dan google bisnisku dan perwujudnya dari proyek tersebut ialah akun instgram dan google bisnisku yang menampilkan informasi informasi mengenai promosi dan tentang murni laundry. Metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis ialah dengan cara wawancara dan observasi secara langsung. Pada saat melaksanakan observasi secara langsung penulis dapat memantau dan meneliti kondisi yang ada di Murni laundry. Penulis telah berhasil melakukan kontribusinya dengan merancang dan mengimplementasikan pemasaran yang berbasis digital antara lain pembuatan brosur dan google bisnisku untuk murni laundry, serta mendaftarkan dan membuat sosial media seperti Instagram.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada beberapa pihak yang ikut serta dalam membantu dan membimbing dalam pelaksanaan kerja praktek, terutama rasa terima kasih yang sebesar besarnya kepada pemilik UMKM Murni Laundry Bapak Mulyadi, karena diberikan kesempatan untuk penulis melakukan kegiatan kerja Praktek, dan kepada dosen pembimbing Bapak Renza Fahlevi yang membimbing selama kegiatan Kerja Praktek berlangsung, dan ucapakan terimakasih untuk teman – teman yang membantu dan mendukung selama pengerjaan laporan kerja praktek.

DAFTAR PUSTAKA

- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers "Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,"* 9(1), 195–204.
- Jamiat, N., & Supyansuri, C. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Umkm Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. *Atrabis*, 6(1), 21–41.
- Krisnawati, D. (2018). Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran Dan Jalur Distribusi Umkm Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i1.175>
- Maria Nila Anggia, & Muhammad Rifki Shihab. (2019). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159–170. <https://doi.org/10.21460/jutei.2018.22.125>
- Suhandiah, S., & Widyasari, A. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Online dan Strategi Konten untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM ESM Collection. 1(2), 55–60.
- Yuliani, N., & Novita, D. (2019). Pemanfaatan Google Bisnisku Sebagai Upaya Meningkatkan Rangking Bisnis Lokal (Studi Kasus : UMKM Gresik , Jawa Timur) Universitas Esa Unggul. *Ikraith-Abdimas*, 5(1), 146–157. https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-23413-11_2333.pdf