

# Pendampingan Manajemen Usaha " Laundry Express "

**Rita Kusumawati<sup>1</sup>**

1. Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183  
 Email: kusumawarita@yahoo.com  
 DOI: 10.18196/ppm.33.191

## Abstrak

*Program pendampingan ini bertujuan untuk membantu mitra meningkatkan kapasitas usahanya melalui promosi dan perbaikan/penambahan peralatan usaha. Mitra dalam program ini adalah Laundry Express, usaha yang baru dirintis pada bulan Agustus 2019 oleh pemiliknya Siti Komariah beralamatkan di Jalan Abimanyu Kasihan Bantul (tidak jauh dari kampus UMY). Permasalahan yang dihadapi mitra antara lain: 1) belum optimalnya kegiatan promosi, 2) peralatan yang belum memadai/masih kurang, dan 3) Layout usaha yang belum tertata dengan rapi. Untuk mengatasi permasalahan tersebut pada program pengabdian ini kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan adalah: Melakukan perluasan pasar dan memaksimalkan media promosi dengan cara: Pembuatan papan nama usaha, pembuatan dan penyebaran brosur, promosi lewat media sosia, memberikan kartu diskon kepada pelanggan. Selain itu juga dilakukan upaya untuk meningkatkan kualitas jasa laundry dan menambah peralatan berupa rak pakaian, keranjang dan beberapa peralatan lain yang diperlukan dan dilakukan penataan kembali layout usaha agar lebih rapi dan nyaman sehingga karyawan dan pelanggan lebih nyaman. Hasil dari program ini adalah: 1) usaha Laundry Express memiliki papan nama yang lebih besar dan menarik; 2) mitra memiliki media promosi online di Instagram; 3) mitra memiliki brosur online melalui Imooji; 4) adanya peralatan tambahan dan layout usaha yang tertata rapi dan nyaman.*

**Kata Kunci:** Usaha laundry, pendampingan, UMKM

## Pendahuluan

Bangsa yang mandiri adalah bangsa yang memiliki banyak wirausahawan. Tidak dapat dipungkiri keberadaan para wirausahawan baik yang memiliki skala usaha kecil (UMKM), menengah maupun besar mampu berperan sebagai penggerak roda perekonomian bangsa (Hidayat, 2016). UMKM mempunyai peran strategis bagi perekonomian Indonesia diantaranya adalah: kedudukannya sebagai pemain utama dalam berbagi sektor ekonomi, penyedia lapangan kerja yang terbesar, pencipta pasar baru dan sumber informasi, berperan penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, dan sumbangannya dalam neraca pembayaran (Bank Indonesia, 2015). Namun demikian, masih banyak UMKM yang mengalami berbagai permasalahan dan tantangan yang bisa menghambat perkembangan usahanya. Tantangan yang dihadapi bisa berasal dari internal maupun eksternal. Meliala, dkk (2014) menyatakan bahwa tantangan internal yang sering dihadapi UMKM diantaranya : peralatan yang sederhana, rendahnya kualitas dan motivasi kerja karyawan, tidak efisien dalam pengelolaan produksi, keterbatasan modal dan belum adanya standarisasi terkait kualitas UMKM. Sementara dari faktor eksternal yang jadi penghambat antara lain: sarana dan prasana yang tidak mendukung dan tingkat persaingan yang ketat.

Kota Yogyakarta, sebagai salah satu kota besar dengan jumlah sekolah dan perguruan tinggi yang terus bertambah, jumlah pendatang yang terus meningkat pada setiap tahunnya dan banyaknya tangan-tangan kreatif masyarakatnya yang terus mau dan berusaha untuk mengembangkan bakatnya serta menjadikannya sebagai sumber mata pencarian bagi keluarganya menjadikan Kota Yogyakarta salah satu kota dengan jumlah UMKM yang berlimpah. Salah satu jenis usaha UMKM yang banyak kita jumpai di Yogya selain usaha

kuliner adalah usaha *laundry*. Usaha *Laundry* di Yogyakarta berkembang sangat pesat, jumlahnya semakin banyak, hampir di setiap tempat yang banyak mahasiswa/pendatang kita jumpai usaha *Laundry* ini. Menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, maka unit usaha dituntut untuk selalu memikirkan strategi yang tepat agar bisa memenangkan persaingan tersebut atau minimal bertahan dalam ketatnya persaingan usaha.

Usaha *Laundry* yang menjadi mitra pada program ini adalah “Express *Laundry*”. Usaha yang baru dirintis pada bulan Agustus 2019 oleh pemiliknya Siti Komariah beralamatkan di Jalan Abimanyu Kasihan Bantul (tidak jauh dari kampus UMY). Usaha yang modal awal pendiriannya sekitar Rp. 32.200.000 ini menawarkan jasa cuci reguler, cuci kilat, cuci basah, cuci kering, dan setrika dengan harga yang terjangkau.

Sebagai usaha yang baru berdiri ditengah pesaingan usaha jasa *laundry* kiloan yang sangat ketat, maka mitra perlu mendapatkan pendampingan manajemen usaha agar tidak kalah bersaing dengan usaha sejenis. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh mitra terutama kegiatan promosi hingga saat ini masih belum optimal. Media promosi satu satunya hanya papan nama sederhana yang terlalu kecil jadi tidak terlalu kelihatan dari jalan. Sementara disekitar lokasi usaha, banyak pesaing usaha *laundry* yang lainnya dengan papan nama yg besar dan terlihat jelas. Mitra selama ini belum pernah melakukan promosi secara intensif, promosi yang digunakan masih sangat sederhana yaitu dengan metode “words of mouth. Mitra juga belum memanfaatkan *internet marketing* dalam mempromosikan usahanya. *Internet marketing* yang paling sederhana yang bisa dimanfaatkan untuk mempromosikan usaha *laundry* mitra adalah melalui media sosial. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan dan atau mempengaruhi konsumen untuk membeli/menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Strategi promosi yang sesuai dan efektif penting dilakukan UMKM agar usaha yang dijalankan lebih dikenal oleh masyarakat luas, mendatangkan konsumen dan mempertahankan konsumen loyal (Fildzah & Mayangsari, 2018)

Administrasi keuangan usaha “Express *laundry*” sudah dicatat dengan rutin dan rapi menggunakan *software* ms excell. Setiap pemasukan dan pengeluaran serta saldo per periode dapat diketahui dengan mudah. Pendapatan bersih usaha “Express *laundry*” dari waktu ke waktu mengalami peningkatan. Pada awal berdiri pendapatan bersih yang diperoleh sebesar Rp. 3.400.000 per bulan. Perkembangan saat ini pendapatan bersih mengalami peningkatan yaitu sebesar Rp. 5.500,000 perbulan.

Lokasi usaha “Express *Laundry*” cukup strategis, dekat dengan rumah kost mahasiswa UMY, tapi di wilayah yang sama juga terdapat beberapa usaha sejenis yang menawarkan jasa yang sama. Untuk dapat bersaing dengan pesaing maka kualitas jasa *laundry* yang meliputi kebersihan, kerapian hasil *laundry* sampai *packaging* perlu selalu dijaga dan ditingkatkan, termasuk ketepatan waktu pengerjaan. Usaha *laundry* termasuk jenis usaha jasa, dimana memberikan layanan yang optimal kepada konsumen sangat penting dilakukan untuk mempertahankan konsumen loyal. Peralatan yang dimiliki sekarang tidak memadai untuk permintaan jasa yang *laundry* yang semakin meningkat. Mitra memerlukan tambahan peralatan berupa rak untuk tempat pakaian dan keranjang. *Layout* usaha *laundry* ekspress saat ini masih perlu ditata ulang karena terkesan “berantakan”. Ruang cuci dan setrika lubang udara sedikit sehingga hawanya panas.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, maka program ini difokuskan pada program peningkatan kapasitas usaha melalui optimalisasi promosi dan perbaikan kualitas layanan dengan rincian kegiatan yaitu: (1) Pembuatan akun promosi di media sosial (2) Pembuatan brosur (3) Pengadaan papan nama; (4) Pendampingan pemasaran *online* dan *offline*.; (5). Penataan *Layout* usaha; dan (6) Pengadaan Peralatan tambahan.

Tujuan dari program ini adalah membantu mitra agar lebih mandiri dan meningkatkan kapasitas usahanya melalui optimalisasi pemasaran dan perbaikan kualitas layanan. Kegiatan promosi yang optimal dan kualitas layanan yang semakin baik diharapkan akan memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan kepuasan konsumen dengan demikian diharapkan omzet penjualan akan meningkat dan pada akhirnya diharapkan kapasitas usaha akan meningkat.

## Metode Pelaksanaan

Berdasarkan prioritas permasalahan yang telah disepakati dengan mitra, metode pelaksanaan dalam pemecahan masalah yang dihadapi mitra dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 1. Metode Pemecahan Masalah dan Partisipasi Mitra

No	Masalah	Solusi / Metode Pemecahan Masalah
1.	Persaingan usaha <i>laundry</i> yang sangat ketat sementara kegiatan pemasaran yang dilakukan belum optimal. Mitra belum memanfaatkan media promosi dengan optimal, promosi yang digunakan masih sangat sederhana yaitu dengan metode "words of mouth". Media promosi yang ada sekarang hanya berupa papan nama yang sederhana dan terlalu kecil sehingga tidak terlalu terlihat oleh konsumen.	<p>Untuk memperluas jangkauan pemasaran maka dilakukan beberapa kegiatan yaitu:</p> <p>1.1. Pembuatan media promosi berupa: papan nama usaha, brosur, akun usaha di medsos dan promosi lewat imooji.</p> <p><u>Partisipasi Mitra</u>: Mitra menyediakan materi berupa foto dan informasi terkait yang dibutuhkan untuk membuat media promosi.</p> <p>1.2. Pendampingan Pemasaran</p> <p>Pendampingan pemasaran diberikan selama program berjalan. Pendampingan yang diperlukan berupa pendampingan dalam merumuskan strategi pemasaran usaha untuk menghadapi tingkat persaingan usaha, dan pendampingan dalam memberikan pelayanan prima ke konsumen.</p> <p>Partisipasi Mitra: Mitra terlibat aktif dalam pendampingan dan bersama sama pendamping menjalankan program yang diusulkan secara berkelanjutan.</p>
2..	Kualitas jasa <i>laundry</i> yang diberikan mitra meliputi kebersihan, kerapian hasil <i>laundry</i> sampai <i>packaging</i> perlu selalu dijaga dan ditingkatkan. Termasuk ketepatan waktu pengerjaan. Peralatan yang dimiliki sekarang tidak memadai untuk permintaan jasa yang <i>laundry</i> yang semakin meningkat. Mitra memerlukan tambahan peralatan berupa rak untuk tempat pakaian dan keranjang . Layout usaha <i>laundry</i> ekspres saat ini masih perlu ditata ulang karena terkesan "berantakan". Ruang cuci dan setrika tertutup, sedikit lobang udara sehingga suasananya panas sekali. Diperlukan kipas angin agar suasana kerja lebih nyaman,	<p>Dalam rangka meningkatkan kualitas jasa <i>laundry</i>, mitra akan diberikan pendampingan. Disamping itu, mitra akan dibantu dalam pengadaan beberapa peralatan yang dibutuhkan mitra seperti pengadaan rak, keranjang, dan kipas angin. Selain itu perlu dilakukan penataan kembali layout usaha agar terlihat rapi dan nyaman bagi pelanggan maupun bagi pekerja <i>laundry</i>.</p> <p><u>Partisipasi Mitra</u> : Mitra terlibat aktif dalam pendampingan dan menyediakan sebagian dana untuk memenuhi kebutuhan peralatan tambahan.</p>

## Hasil dan Pembahasan

Usaha *laundry* di Yogyakarta termasuk usaha yang persaingannya sangat ketat. Di setiap lokasi terutama di wilayah sekitar kampus banyak kita jumpai usaha *laundry*. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di "Laundry Express" adalah sebagai berikut:

### 1. Optimalisasi kegiatan promosi.

Promosi adalah proses memberikan informasi, membujuk sampai mempengaruhi proses pembelian/penggunaan terhadap suatu produk atau jasa kepada konsumen. Tujuan promosi pada dasarnya untuk mengkomunikasikan produk bisnis baik barang maupun jasa kepada pasar target (Pambudy, Priatna, & Burhanuddin, 2017). Ebert & Griffin (2015) menyatakan

bahwa perusahaan melakukan kegiatan promosi dengan tujuan akhir untuk meningkatkan penjualan. Strategi promosi yang dilakukan unit usaha perlu dikembangkan dan disesuaikan dengan kondisi usaha. Terdapat lima alat promosi yang paling berpengaruh dalam pemasaran yaitu iklan, penjualan personal, promosi penjualan, publisitas, serta hubungan masyarakat.

Dalam program ini, program promosi yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan masih terbatasnya pasar atau pelanggan usaha *Laundry Express* adalah sebagai berikut:

#### a. Pembuatan papan nama usaha

Papan nama usaha merupakan alat promosi yang konvensional dan mudah dilakukan oleh UMKM. Papan nama penting artinya bagi suatu usaha, selain sebagai penunjuk lokasi usaha juga merupakan media promosi bagi suatu usaha. Papan nama yang menarik dan jelas serta mudah dibaca akan memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi usaha. Papan nama yang dimiliki mitra sebelum program pendampingan, masih terlalu sederhana dan tidak begitu menarik. Karena itu dalam program ini kegiatan yang dilakukan diawali dengan pembuatan desain papan nama, membuat dan melakukan pemasangan papan nama tersebut (gambar 1 & gambar 2).



Gambar 1.

Papan nama usaha 1



Gambar 2.

Papan nama usaha 2

#### b. Pembuatan brosur dan voucher discount

Untuk menjangkau pasar yang lebih luas, kegiatan promosi selanjutnya yang dilakukan dalam program ini adalah mendampingi dan membantu mitra dalam membuat brosur. Brosur dibuat secara fisik dan disebar ke mahasiswa UMY dan masyarakat sekitar. Selain brosur secara fisik, mitra juga didampingi dalam pembuatan brosur *online* dengan program “imooji” dengan link sebagai berikut <https://imooji.com/stage/v3/2eSDy/51584>. Brosur *online* ini memiliki kelebihan dibanding brosur yang secara fisik, diantaranya mudah disebar, jangkauan lebih luas, biaya murah dan lebih menarik untuk dilihat.

Untuk mempertahankan konsumen yang sudah menggunakan jasa *laundry express*, diadakan program berupa pemberian voucher *laundry* gratis, pemberian diskon dan pemberian kartu langganan.



Gambar 3.  
Brosur



Gambar 4.  
Voucher diskon

### c. Pembuatan akun usaha di medsos

Di era yang semakin modern saat ini media sosial menjadi salah satu media yang populer dan banyak digunakan masyarakat. Kondisi ini mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan dan melakukan promosi melalui media sosial. Salah satu media sosial yang sering dijadikan media promosi oleh UMKM adalah instagram. Saat ini banyak pelaku usaha mempromosikan produk/jasa mereka melalui instagram karena jangkauan yang lebih luas dan biaya yang tidak mahal dan terbukti efektif dalam menjangkau konsumen. Hasil penelitian Khairani, Soviyant, & Aznuriyandi (2018) menemukan bahwa efektivitas promosi melalui instagram cukup tinggi, artinya promosi yang dilakukan melalui instagram menimbulkan perhatian, ketertarikan dan melakukan *feedback* berupa pembelian atau pemakaian produk/jasa yang ditawarkan.

Pasar sasaran *Laundry express* adalah mahasiswa, generasi muda yang hampir semuanya mempunyai akun instagram. Karena itu penting bagi mitra untuk membuat akun instagram yang bisa dimanfaatkan untuk mempromosikan jasa *laundry*.

### d. Pendampingan pemasaran



Gambar 5  
Akun IG Laundry Express



Gambar 6  
Pendampingan Pemasaran

## 2. Peningkatan kualitas jasa *laundry*.

Upaya peningkatan kualitas jasa *laundry* berupa kebersihan, kerapian dan ketepatan waktu. Untuk menunjang terjaganya kualitas dan ketepatan waktu mitra perlu menambah peralatan. Tambahan peralatan ini juga untuk memenuhi kebutuhan permintaan jasa yang semakin meningkat. Peralatan tambahan yang diperlukan berupa: rak pakaian, keranjang, “hanger” baju. Selain itu layout usaha juga perlu ditata ulang agar lebih nyaman bagi konsumen maupun pemilik/pegawai *laundry*



Layout depan sebelum ada tambahan rak



Layout depan setelah ada tambahan rak



Layout ruang cuci setrika



Serah terima barang hibah

## Simpulan

Simpulan dari pelaksanaan program ini adalah:

1. Terbangunnya kesadaran mitra untuk mengoptimalkan kegiatan promosi usaha.
2. Tersedianya media promosi baik yang sederhana dan konvensional berupa papan nama dan brosur maupun media promosi yang berbasis digital seperti brosur *online* melalui imooji dan media promosi di instagram.
3. Terbangunnya kesadaran mitra untuk menjaga kualitas layanan.
4. Tersedianya peralatan tambahan yang menunjang proses usaha *laundry*.

## Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini kami menyampaikan terimakasih kepada:

1. LP3M UMY yang mendanai program pengabdian ini dengan nomor kontrak.....
2. Siti Komariah, selaku pemilik usaha *Laundry Express* yang menjadi mitra dalam program ini.
3. Semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan program pendampingan ini. (spasi)

### Daftar Pustaka

- Bank Indonesia. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia kerjasama dengan Bank Indonesia.
- Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2015). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Fildzah, A. N., & Mayangsari, I. D. (2018). Analisis Strategi Promosi Pada UMKM Social Enterprises (Studi Kasus Pascorner Cafe and Gallery). *Jurnal komunikasi, Volume 12, Nomor 2*, 101-112.
- Hidayat, N. R. (2016). Upaya Menciptakan Wirausaha Baru, Mandiri Berbasis Ipteks. *Jurnal Terapan Abdimas*, 1-4.
- Khairani, Z., Soviyant, E., & Aznuriyandi. (2018). Efektivitas Promosi Melalui Instagram Pada UMKM Sektor Makanan dan Minuman di Pekanbaru. *Jurnal Benefita*, 239-247.
- Meliala, A. S., Matondang, N., & Sari, R. M. (2014). Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Kaizen. *urnal Optimasi Sistem Industri, Vol. 13 No 2*, 641- 664.
- Pambudy, R., Priatna, W. B., & Burhanuddin. (2017). *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Bogor: Idemedia.
- Sampoerna, D. (2018). Pembinaan Tatakelola Administrasi Keuangan Usaha Anggota Koperasi Maju Bersama di Kelurahan Jurang Mangu Timur, Pondok Aren – Tangerang Selatan. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat*, 16.
- Wardi, J., Putri, G. E., & Liviawati. (2020). Pentingnya Penerapan Pengelolaan Keuangan Bagi UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 56-62.