

Pendampingan Manajemen Strategi Bisnis bagi UMKM Laundry di Tangerang Selatan Banten

Abdullah Sanusi*¹, Reni Yesi S², Ryan Saputra Alam³, Hurian Kamela⁴

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin, Indonesia

^{2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, STIE Mulia Pratama, Indonesia

⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka, Indonesia

*e-mail: a.sanusi@unhas.ac.id¹, reni@stiemp.ac.id², ryan@stiemp.ac.id³, hurian.kamela@ecampus.ut.ac.id⁴

Abstrak

Masih terbatasnya pengetahuan bisnis, khususnya UMKM menjadi hal utama pada penelitian ini. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan manajemen strategi bisnis UMKM Laundry Berkat. Komunitas, pelatihan, dan diskusi interaktif tentang strategi pemasaran, efisiensi operasional. Pemilik dan pegawai memperoleh pemahaman baru tentang pentingnya perencanaan bisnis yang sistematis, strategi pemasaran berbasis digital, dan pengelolaan keuangan yang lebih baik. Metode pengabdian ini menggunakan metode penyuluhan secara langsung kepada usaha UMKM untuk menjalankan bisnis. Hasilnya Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman UMKM Laundry terhadap strategi bisnis digital, pengelolaan keuangan, serta inovasi layanan. Setelah pendampingan, UMKM Laundry Berkat mulai menerapkan strategi pemasaran digital dan sistem manajemen keuangan berbasis aplikasi. Dampak yang terlihat adalah meningkatnya jumlah pelanggan dan efisiensi operasional bisnis.

Kata Kunci: Digital Marketing, Laundry, Manajemen Bisnis, Strategi Usaha, UMKM

Abstract

The limited knowledge of business, especially MSMEs, is the main thing in this research. This community service activity aims to improve the understanding and management capabilities of the MSME Laundry Berkat business strategy: community, training and interactive discussions on marketing strategies and operational efficiency. Owners and employees understand the importance of systematic business planning, digital-based marketing strategies, and better financial management. This service method uses direct counselling methods for MSME businesses to run a business. The activity results show an increased understanding of Laundry MSMEs regarding digital business strategies, financial management and innovation services. After mentoring, MSME Laundry Berkat began implementing digital marketing strategies and an application-based financial management system. The visible impact is an increase in the number of customers and business operational efficiency.

Keywords: Business Management, Business Strategy, Digital Marketing, Laundry, MSMEs.

1. PENDAHULUAN

Bisnis mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran besar dalam ekonomi Indonesia, termasuk dalam industri laundry. Bisnis laundry di Tangerang Selatan terus berkembang karena kebutuhan masyarakat akan layanan pencucian pakaian yang praktis dan efisien semakin meningkat. Namun, pelaku UMKM laundry harus mengubah strategi bisnis untuk bertahan dan berkembang karena persaingan yang semakin ketat, perilaku konsumen yang berubah, dan kemajuan teknologi. Hal ini dijelaskan bahwa peran UMKM sangat besar terhadap lingkungan masyarakat (Zaliyanti et al., 2024). Banyak UMKM laundry di Tangerang Selatan masih menghadapi banyak tantangan dalam mengelola bisnisnya, seperti kurangnya pemahaman tentang manajemen strategi bisnis, keterbatasan dalam pemasaran digital, dan rendahnya efisiensi operasional. Akibatnya, banyak pelaku usaha mengalami kesulitan meningkatkan profitabilitas, memperluas pangsa pasar, dan mempertahankan loyalitas pelanggan (Ananda & Hidayat, 2025). Salah satu cara untuk membantu UMKM laundry di Tangerang Selatan untuk lebih memahami bagaimana merancang dan menerapkan strategi bisnis yang efektif adalah dengan bersosialisasi tentang pengembangan manajemen strategi

bisnis. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang analisis pasar, efisiensi operasional, inovasi layanan, dan pemanfaatan teknologi dan pemasaran digital, diharapkan dapat meningkatkan daya saing di sektor ini (Habibillah, 2024). Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa efektif sosialisasi dalam meningkatkan pemahaman dan penerapan strategi manajemen bisnis pada UMKM laundry di Tangerang Selatan. Hasilnya diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para pelaku usaha dan menjadi referensi bagi pihak-pihak terkait dalam mengembangkan kebijakan yang mendukung pertumbuhan UMKM laundry. Hal ini memberikan kesempatan untuk laundry semakin berkembang dan maju untuk jangka panjang (Kotimah & Nurlia, 2024), khususnya digitalisasi dan sistem (Sinaga et al., 2024).

Tujuan kegiatan ini yaitu (1) mengevaluasi tingkat pemahaman UMKM Laundry tentang Strategi Manajemen Bisnis yaitu UMKM laundry memahami konsep penting tentang manajemen strategi bisnis. (2) mengevaluasi tingkat kesadaran tentang pentingnya perencanaan strategis dan pengelolaan bisnis. (3) meningkatkan Kemampuan Pelaku UMKM laundry untuk mengelola perusahaan secara strategis seperti memberi pengetahuan dan wawasan tentang strategi bisnis yang dapat diterapkan untuk bisnis laundry serta dapat membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) membuat strategi bisnis jangka pendek, menengah, dan panjang. (4) mengidentifikasi strategi untuk membuat layanan UMKM laundry lebih kompetitif di pasar. (5) melakukan pemanfaatan digitalisasi dan teknologi dalam pemasaran dan operasional yaitu pemasaran digital, misalnya marketplace, media sosial, dan sistem pemesanan online (Namira et al., 2024). Keuntungan digital dalam efisiensi operasi, seperti penggunaan sistem pembayaran digital dan manajemen pelanggan berbasis aplikasi dan harus ada optimalisasi jangka panjang (Cuandra & Angesty, 2024).

Research gap dari penelitian Penelitian "Sosialisasi Pengembangan Manajemen Strategi Bisnis Kepada Umkm Laundry Tangerang Selatan" memiliki gap penelitian. Berdasarkan penelitian ini, beberapa ruang lingkup penelitian yaitu (1) keterbatasan penelitian tentang UMKM laundry. Manajemen strategi bisnis seperti UMKM berkaitan pada industri yang diolah. Sektor jasa misalnya laundry masih jarang dipelajari secara menyeluruh, khususnya konteks pengembangan strategi bisnis yang spesifik. (2) Penelitian strategi bisnis UMKM pengadopsian khususnya model umum tanpa mempertimbangkan aspek spesifik industri dan wilayah tertentu. Penelitian ini berkaitan dengan strategi manajemen bisnis sesuai kondisi dan karakteristik UMKM laundry di Tangerang Selatan. (3) Minimalnya sosialisasi dan pelatihan manajemen strategi menjelaskan tentang strategi bisnis yang berfokus khususnya sosialisasi tentang UMKM. Penelitian berkaitan dengan transfer pengetahuan khususnya pemilik UMKM laundry khususnya penerapan strategi bisnis. Penelitian ini mengevaluasi dampak sosialisasi terhadap peningkatan kinerja UMKM laundry karena studi sebelumnya lebih banyak berfokus pada teori dan konsep strategi bisnis tanpa menyajikan bukti empiris tentang seberapa efektif strategi yang diterapkan. Penelitian strategi bisnis masih bersifat umum dan tidak membahas masalah khusus yang dihadapi oleh UMKM laundry. Misalnya persaingan harga, ketergantungan lokasi, atau perubahan pola konsumsi masyarakat (Arif et al., 2024).



Gambar 1. Kegiatan bisnis laundry "Berkat"

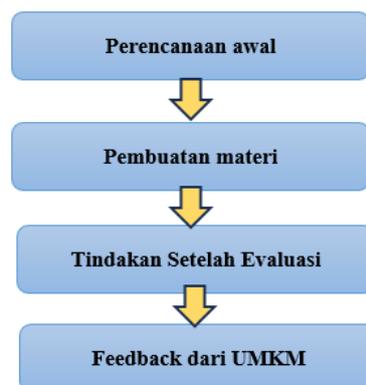
Laundry Berkat merupakan laundry yang berlokasi di Tangerang Selatan di Babakan, Pocis, Tangerang Selatan. Laundry ini sudah mempunyai dua cabang. Laundry ini didirikan Mei

2023 dan Oktober 2024. Jumlah pegawai awalnya 2 orang, sekarang menjadi 3 orang. Saat grand opening, pembukaan awal usaha sangat ramai, karena banyak promosi. Untuk sekarang usaha lebih stabil karena sudah berjalan lambat laun. Laundry ini menggunakan pembayaran menggunakan tunai, transfer dan QRIS. Jam operasional laundry ini adalah setiap hari (senin-minggu pukul 07.00-21.00 WIB). Produk yang ditawarkan di laundry ini hampir sama dengan produk lainnya. Laundry ini didirikan Mei 2023 dan Oktober 2024. Saat pendirian ini berkaitan dengan promosi yang harus dilakukan misalnya promosi bisnis berupa diskon dan lain-lainnya yang menarik minat pelanggan. Gambar 1 menjelaskan peralatan, kegiatan bisnis laundry yang dilakukan oleh pegawai laundry untuk proses pencucian baju pelanggan.

2. METODE

Kegiatan ini dilakukan hari Minggu, 02 Februari 2025 berlokasi di Laundry Berkat, Jalan AMD Pocis Tangerang Selatan. Pemateri yang mewakili adalah Hurian Kamela (Universitas Terbuka) dengan persetujuan dari tim sebelumnya yaitu Abdullah Sanusi (Universitas Hasanuddin), Reni Yesi S (STIE Mulia Pratama), Ryan Saputra Alam (STIE Mulia Pratama). Metode pengabdian ini menggunakan metode penyuluhan secara langsung kepada usaha UMKM untuk menjalankan bisnis.

Tahapan dalam kegiatan ini yaitu (1) Strategi kegiatan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan sosialisasi dan pendampingan langsung kepada para pelaku UMKM laundry di Tangerang Selatan. Ini dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan pemilik usaha, karyawan, dan pemangku kepentingan terkait (Siregar et al., 2024). (2) Proses Kegiatan, terdiri dari (a) Perencanaan bahwa identifikasi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) laundry yang menjadi target sosialisasi yaitu membuat bahan sosialisasi tentang manajemen strategi bisnis, melakukan koordinasi dengan pihak pemilik laundry. (b) Penerapan yaitu menginfokan tentang strategi bisnis yang efektif terdiri dari Pembuatan mengenai SWOT, pemasaran digital, dan manajemen operasional adalah topik seminar interaktif. Pembuatan strategi bisnis berdasarkan kebutuhan setiap UMKM. (c) Tindakan setelah evaluasi bahwa wawancara pemahaman setelah sosialisasi yaitu pendampingan lanjutan dalam penerapan strategi bisnis di semua usaha kecil dan menengah (UMKM), Rekomendasi berdasarkan hasil evaluasi untuk pengembangan bisnis. (d) Perangkat dan Metode untuk Pengumpulan Data yaitu data-data pada pengabdian ini berdasarkan dari wawancara dilakukan untuk mengetahui kebutuhan dan kendala umkm laundry berupa observasi langsung. Proses pelaksanaan dapat digambarkan dalam kegiatan berdasarkan penelitian sebelumnya dalam melakukan pengambilan keputusan bisnis (Chandra et al., 2024).



Gambar 2. Alur Kegiatan

Gambar 2 alur kegiatan menjelaskan (1) Persiapan Awal bahwa perencanaan awal adalah tahap pertama dalam suatu proyek atau program yang bertujuan untuk memastikan bahwa semua aspek telah disiapkan dengan baik sebelum eksekusi dimulai. Dalam kasus UMKM, perencanaan awal dapat mencakup yaitu identifikasi kebutuhan UMKM, seperti pelatihan,

pemasaran, dan digitalisasi, dll. Tetapkan tujuan yang ingin dicapai, buat strategi dan metode yang akan digunakan, buat anggaran dan sumber daya yang diperlukan, dan buat jadwal pelaksanaan. (2) Pembuatan Bahan dilakukan setelah perencanaan awal, langkah berikutnya adalah membuat materi yang akan digunakan selama program atau pelatihan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan saat membuat materi ini yaitu menyesuaikan materi untuk kebutuhan dan tingkat pemahaman UMKM dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami Memasukkan contoh nyata atau studi kasus yang relevan. Menyediakan materi dalam berbagai format, seperti presentasi, video, e-book, atau modul pelatihan. (3) Langkah-langkah Setelah Evaluasi yaitu untuk mengetahui seberapa efektif program, evaluasi dilakukan setelah dimulai. Setelah evaluasi, hal-hal berikut dapat dilakukan yaitu Analisis hasil evaluasi untuk menentukan kelebihan dan kekurangan program yaitu perbaikan materi dan metode pelatihan. Pendampingan tambahan jika diperlukan oleh UMKM dan membuat laporan hasil evaluasi untuk mendokumentasikan dan memberikan referensi untuk perbaikan berikutnya. (4) Feedback dari UMKM bahwa komentar dari UMKM sangat penting untuk memastikan bahwa program yang ditawarkan benar-benar menguntungkan. Komentar dapat berupa yaitu pendapat tentang materi yang diberikan (apakah relevan dan mudah dipahami) Dampak pelatihan terhadap bisnis (seperti meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan penjualan, dll.) Saran untuk peningkatan program di masa depan. Feedback dari peserta UMKM dapat dikumpulkan melalui survei, wawancara, atau diskusi di forum. Data yang dikumpulkan akan membantu memperbaiki program di masa mendatang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis mengenai kondisi usaha hal ini dapat dikaitkan dengan 2 teori:

3.1. Manajemen Strategi untuk Bisnis Kecil dan Menengah (UMKM)

Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, perusahaan menggunakan strategi manajemen. Pembuatan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi bisnis adalah semua bagian dari manajemen strategi. Untuk UMKM laundry, penerapan strategi bisnis yang tepat dapat meningkatkan daya saing dan meningkatkan efisiensi operasi. Hal yang dapat dilakukan yaitu (a) Melakukan analisis SWOT untuk Laundry Company bahwa Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) adalah salah satu teknik manajemen strategi. Analisis ini membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman dari luar. Pemilik usaha laundry dapat membuat strategi yang lebih baik untuk berkembang dengan memahami hal-hal ini. (b) Strategi untuk Menjadi Spesial dan Inovatif yaitu untuk mempertahankan daya saing di industri laundry, strategi diferensiasi dan inovasi sangat penting. Porter (1985) menyatakan bahwa peningkatan loyalitas pelanggan dapat dicapai melalui produk atau layanan yang berbeda. Dalam industri laundry, ini dapat dicapai melalui penggunaan teknologi ramah lingkungan, layanan antar-jemput, atau paket layanan yang menarik. Feedback (umpan balik) mengenai kegiatan ini yaitu (1) Aspek Materi dan Keuntungan bahwa materi yang disampaikan sangat berkaitan dengan kebutuhan UMKM laundry, terutama yang berkaitan dengan strategi bisnis, manajemen operasional, dan pemasaran. Pelatihan memberikan pengetahuan baru tentang cara mengelola keuangan dan meningkatkan efisiensi layanan. Studi kasus membantu peserta memahami penerapan strategi bisnis secara langsung. (2) Rekomendasi untuk perbaikan yaitu dibutuhkan diskusi lebih lanjut tentang strategi pemasaran digital, khususnya penggunaan platform online dan media sosial untuk menarik pelanggan baru. Untuk memastikan bahwa peserta dapat mempelajari kembali materi setelah kegiatan, modul atau panduan harus diberikan. Cara Penyampaian yaitu hal yang dibahas mengenai materi sehingga peserta lebih mudah memahami materi, sesi sosialisasi dilakukan secara interaktif dengan diskusi dan tanya jawab. Narasumber berpengalaman dan mampu menyelesaikan masalah UMKM laundry secara langsung. Rekomendasi untuk perbaikan bahwa untuk kedepannya waktu pelatihan harus disesuaikan atau dibagi menjadi beberapa sesi sehingga lebih banyak UMKM dapat mengikutinya tanpa mengganggu operasi bisnis. Dalam

beberapa hal, praktik langsung atau simulasi diperlukan, seperti membuat laporan keuangan sederhana atau membuat taktik promosi yang efektif. (3) Efek pada Bisnis Laundry Mikro dan Kecil bahwa kegiatan ini meningkatkan pemahaman tentang pentingnya manajemen bisnis yang baik, seperti strategi harga dan pengelolaan biaya operasional. Beberapa UMKM mulai menggunakan strategi yang dipelajari, seperti meningkatkan layanan pelanggan dan diversifikasi layanan (seperti layanan antar-jemput laundry). Selain itu, meningkatkan pengetahuan tentang cara menangani persaingan dengan bisnis laundry lainnya di lingkungan. (2) Rekomendasi untuk perbaikan yaitu agar UMKM dapat menggunakan pengetahuan yang telah diberikan dengan lebih baik, diperlukan tindakan lanjut, seperti pendampingan atau mentoring. Fokus pada digitalisasi bisnis laundry, seperti penggunaan aplikasi pencatatan transaksi atau platform pemesanan online, dapat memungkinkan pengembangan bisnis serupa. Secara keseluruhan, UMKM laundry percaya bahwa kegiatan sosial ini sangat menguntungkan dan membantu mengelola bisnis. Namun, akan lebih baik jika ada tindak lanjut dalam bentuk pelatihan lanjutan, pendampingan, atau praktik langsung untuk memaksimalkan pemanfaatan materi yang diberikan.

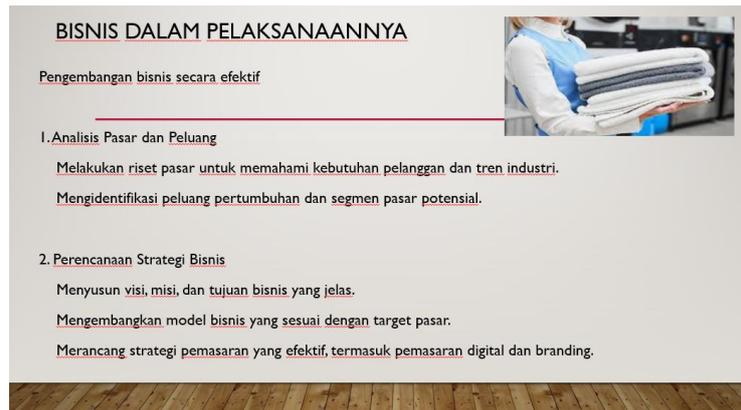


Gambar 3. Foto Kegiatan di Laundry

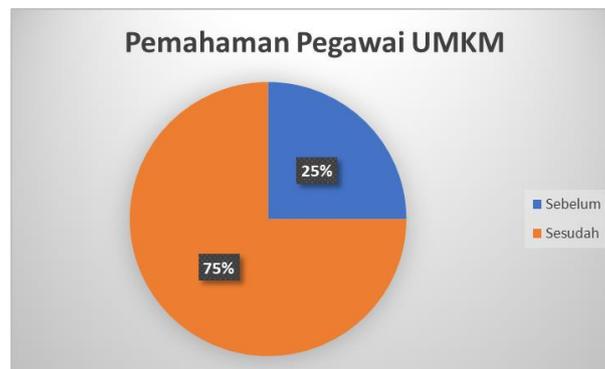
Gambar 3 menjelaskan mengenai kegiatan yang sudah dilaksanakan bersama pemilik laundry, pegawai laundry untuk dapat mengembangkan strategi bisnis. Diharapkan setelah sosialisasi ini strategi menjadi lebih baik. Hal ini memberikan gambaran bahwa kondisi bisnis sudah berjalan cukup baik, terbukti dengan banyaknya pakaian (laundry) dari pelanggan laundry. Ini memberikan cukup bukti bahwa bisnis laundry ini sudah berjalan. Ada tumpukan rak-rak, pakaian, tumbangan, mesin cuci dan peralatan yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis laundry.

Pelanggan yang memesan jasa laundry berasal dari kalangan rumah tangga, pegawai kantor dan mahasiswa. Umumnya, pelanggan datang sendiri ke outlet untuk melakukan pengantaran ntarbaju. Selain itu, pelanggan juga dapat menghubungi whatsapp untuk jasa antar-jemput. Promosi melalui media sosial juga sudah dilakukan, hal ini mengingat bahwa kecanggihan teknologi sudah menjadi hal umum. Selain itu, pihak laundry juga sudah memasukkan data peta ke google maps supaya lebih mudah diakses oleh masyarakat. Persaingan memang banyak, namun laundry berkat tetap berusaha untuk mampu bersaing dengan pelanggan, salah satunya dengan service, kualitas, harga yang terjangkau, dan ketepatan waktu sehingga pelanggan tetap bertahan.

Gambar 4 menjelaskan tentang materi bisnis yang dijelaskan mengenai contoh pelaksanaan bisnis secara efektif. Bukti bahwa peran pasar, pelanggan, memegang peranan penting dalam keberlangsungan kegiatan bisnis. Keberhasilan kegiatan ini yaitu sebelum pendampingan, hanya 25% peserta memahami strategi pemasaran digital, setelah pendampingan meningkat menjadi 75%. Hal ini sesuai dengan pemahaman bahwa sumber daya manusia menjadi hal yang penting dalam implemenatsi bisnis ibu-ibu PKK di Pamulang (Pusparini et al., 2024).



Gambar 4. Materi yang diberikan kepada pihak laundry



Gambar 5. Pemahaman Pegawai UMKM

Gambar 5 menjelaskan peningkatan pegawai UMKM, sebelum dan sesudah dilakukan pendampingan, hasilnya bahwa sebelum dilakukan sosialisasi pemahaman sekitar 25%, setelah dilakukan sosialisasi pemahaman bertambah menjadi 75%. Hal ini membuktikan bahwa adanya pemahaman pegawai UMKM Laundry Berkat untuk kelangsungan bisnis dan usaha kedepannya sehingga menjadi lebih efektif untuk pengembangan bisnis. Ini juga dapat bermanfaat kepada pemilik laundry untuk semakin meningkatkan pengetahuan khususnya mengenai strategi bisnis kedepannya, khususnya untuk persaingan bisnis yang semakin pesar, sehingga bisnis dapat berjalan jangka panjang (sustain). Adanya peningkatan pegawai mengenai UMKM semakin memberikan keyakinan bahwa analisis menggunakan sosial media atau tidak menjadi hal penting. Selain itu, peran kepuasan pelanggan juga perlu dipertimbangkan, misalnya review pelanggan melalui media online (google, instagram atau lainnya).

4. KESIMPULAN

Hasil dari sosialisasi ini memberikan kesimpulan mengenai (1) peningkatan pemahaman manajemen strategis bahwa kegiatan ini membantu pemilik UMKM Laundry memahami pentingnya manajemen strategi bisnis, yang mencakup perencanaan, analisis pasar, dan pengelolaan keuangan. Dengan menerapkan strategi bisnis yang lebih efisien, peserta memperoleh pengetahuan tentang strategi pemasaran, efisiensi operasional, dan peningkatan kualitas layanan, sehingga meningkatkan daya saing bisnis. (2) Pemberdayaan UMKM dalam pengambilan keputusan bahwa sosialisasi ini membuat pemilik usaha lebih siap menghadapi tantangan bisnis, menggunakan data untuk membuat keputusan, dan menerapkan strategi inovatif untuk mengembangkan bisnis. (3) Tindak lanjut dan evaluasi bahwa diharapkan UMKM Laundry Berkat akan dapat menerapkan strategi yang telah dipelajari dan melakukan evaluasi berkala untuk memastikan keberlanjutan dan perkembangan bisnis setelah kegiatan ini. Tantangan kedepannya dalam implementasi program ini adalah keterbatasan waktu bagi peserta yang harus tetap menjalankan bisnisnya selama pelatihan berlangsung. Saran

keberlanjutan program yang dapat dilakukan ke depan, seperti perlu dilakukan pendampingan berkelanjutan dalam bentuk pelatihan lanjutan dan monitoring implementasi strategi bisnis yang telah diberikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Laundry Berkat Tangerang Selatan dan Universitas asal dari penulis. Semua pembiayaan menggunakan dana pribadi penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R. R., & Hidayat, S. (2025). Pengembangan Aplikasi Mobile untuk Pembukuan dan Kasir Usaha Laundry dengan Metode User-Centered. *Jurnal JTik (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, 9(June), 683–693. <https://doi.org/10.35870/jtik.v9i2.3446>
- Arif, S. M., Universitas, A., Jl, P., & Pamulang, N. (2024). PENDAMPINGAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH PADA USAHA LAUNDRY DUA SAUDARA DI KAMPUNG GARDU KELURAHAN BUARAN KECAMATAN SERPONG. *KAMPUS AKADEMIK PUBLISING Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 167–171. <https://doi.org/10.61722/japm.v2i3.1816>
- Chandra, B., Krisyadi, R., & Rahmadhani, S. (2024). PEMBUATAN LAPORAN PENJUALAN DAN KEUANGAN DALAM PENERAPAN SISTEM AKUNTANSI DI SRIKANDI LAUNDRY. *Communnity Development Journal*, 5(1), 669–677. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i1.23301>
- Cuandra, F., & Angesty, V. (2024). Optimalisasi Layanan dan Operasional pada Best Laundry Guna Meningkatkan Layanan dan Kepuasan Pelanggan. *Journal of Human And Education Volume*, 4(6), 974–979. <https://doi.org/10.61722/japm.v2i3.1816>
- Habibillah, M. H. (2024). VISUALISASI DATA TRANSAKSI RUMAH LAUNDRY. *Jurnal Sistem Informasi (TEKNOFILE)*, 2(10), 746–752. <https://jurnal.nawansa.com/index.php/teknofile/article/view/264/171>
- Kotimah, & Nurlia, S. (2024). ANALISIS ETOS DAN ETIKA BISNIS PADA BARACK PROFESIONAL LAUNDRY. *EKSYA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, 1(2), 130–139. <https://jurnal.iaih.ac.id/index.php/EKSYA/article/view/695/264>
- Namira, A., Azmi, I. N., & Indah, D. P. (2024). Implementasi SAK EMKM Terhadap UMKM di Kota Pontianak (Studi Kasus Pada FT Laundry). *Jurnal AKBIS |*, 2. <https://doi.org/10.35308/akbis.v8i2.9532>
- Pusparini, K., Kusumawardhani, D., Cahyaninggar, S., & Aminullah, A. R. (2024). PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM MENGEMBANGKAN KREATIVITAS WIRAUUSAHA PADA IBU-IBU PKK KELURAHAN PONDOK CABE ILIR - TANGERANG SELATAN. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 1(1), 505–512. <https://doi.org/10.62567/micjo.v1i1.59>
- Sinaga, A. N., Safrida, E., Napitupulu, I. H., & Gultom, S. A. (2024). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI JASA LAUNDRY BERBASIS APLIKASI ANDROID DALAM MENGHASILKAN LAPORAN KEUANGAN (STUDI KASUS: BERKAT LAUNDRY) Email: azrielsinaga@gmail.com Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan entitas yang memiliki peran. *Jurnal Keuangan Dan Manajemen Akuntansi*, 06(4), 234–253.
- Siregar, H. M., Fahani, T. A., Hayati, F., Islam, U., Sumatera, N., & Medan, U. (2024). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) LAUNDRY DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1), 919–924. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/2401>
- Zaliyanti, I., Mutamassikin, & Yusuf, M. (2024). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMESANAN LAUNDRY SEPATU BERBASIS WEBSITE DI COCIE SEPATU. *Jurnal Ilmu Komputer Revolusioner*, 8(12), 88–95.

<https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jikr/article/view/7395/8327>