

Pelatihan dan Pembinaan terhadap Pengembangan Usaha Laundry di Kabupaten Tegal

Eva Anggra Yunita*¹, Mohammad Arridho Nur Amin²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia

*e-mail: mohammad.arridho@gmail.com²

Abstrak

Indonesia merupakan salah satu negara yang terdampak COVID-19 dari banyak negara, pada awal COVID-19 masuk ke Indonesia pemerintah membuat pengumuman PSBB yang harus dilakukan di beberapa daerah di Indonesia termasuk di Tegal. Bahkan masyarakat Tegal sempat memberlakukan lockdown dan mengharuskan masyarakat untuk tetap berada di rumah, hal itu tentu menyebabkan ketidakstabilan ekonomi di berbagai sektor usaha, salah satunya dipengaruhi oleh bisnis laundry. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk menciptakan pelatihan tentang strategi pemasaran digital, membuat selebaran bisnis binatu yang dapat dibagikan di media sosial online, menciptakan copywriting yang menarik untuk promosi. Metode pengabdian yang digunakan dalam pengabdian ini adalah deskriptif kualitatif dengan langkah eksplorasi dan dengan teknik observasi partisipatif terhadap 10 usaha laundry di wilayah Kabupaten Tegal. Manfaat yang didapatkan peserta dari pelatihan ini yaitu peserta dapat mengaplikasikan pembuatan flyer dan copywriting pada media sosial online dan memasarkan usaha laundry mereka untuk meningkatkan pendapatan.

Kata kunci: COVID-19, Digital Marketing, Kabupaten Tegal, Usaha Laundry

Abstract

Indonesia is one of the countries affected by COVID-19 from many countries, at the beginning of COVID-19 entered Indonesia the government made psbb announcements that must be done in several regions in Indonesia including in Tegal. Even the tegal community had imposed a lockdown and required people to stay at home, it certainly caused economic instability in various business sectors, one of which was influenced by the laundry business. The purpose of this devotion is to create training on digital marketing strategies, create laundry business flyers that can be shared on social media online, create attractive copywriting for promotion. The method of devotion used in this devotion is qualitative descriptive with exploration steps and with participatory observation techniques against 10 laundry businesses in the Tegal Regency area. The benefits obtained by participants from this training are that participants can apply flyer creation and copywriting on online social media and market their laundry business to increase revenue.

Keywords: COVID-19, Digital Marketing, Laundry Business, Tegal District

1. PENDAHULUAN

Kabupaten tegal merupakan salah satu kabupaten yang ada di Jawa Tengah dengan ibukota yaitu Slawi, letaknya di bagian selatan Kota Tegal. Kabupaten Tegal berbatasan dengan Kota Tegal dan Laut Jawa di utara, Kabupaten Pemasang Timur, Kabupaten Banyumas di selatan, serta Kabupaten Brebes di selatan dan barat (Wahyudi et al., 2022). Di Kabupaten Tegal terdapat 18 kecamatan yang dibagi atas sejumlah desa dan kelurahan, masyarakat di Kabupaten Tegal telah banyak menggunakan media online untuk fasilitas pemasaran mereka, baik di sektor perdagangan, transportasi, maupun pariwisata (Amin, 2020). Promosi online sendiri mampu memangkas biaya promosi hingga lebih dari 70% dan bisa juga mencapai jaringan pemasaran yang luas dan cepat. Jaringan online yang digunakan juga memudahkan siapa saja untuk dapat membangun link tanpa perlu mengeluarkan modal yang berlebih, bahkan bisa hanya bermodal smartphone (Rohimah, 2019).

Sementara itu usaha laundry di Kabupaten Tegal masih sedikit yang memanfaatkan teknologi untuk pemasaran mereka, hal tersebut berdasarkan tanya jawab yang dilakukan pada beberapa pelaku usaha laundry di Kabupaten Tegal. Mereka beranggapan bahwa tidak mengerti bagaimana cara pemasaran usaha laundry mereka melalui media sosial. Terbatasnya

pengetahuan pelaku usaha laundry akan pemasaran menggunakan media online tersebut, mengakibatkan tidak maksimal keuntungan yang didapat para pelaku usaha laundry tersebut, terlebih pada masa Pandemi COVID-19 seperti sekarang ini. Adapun selama ini pemasaran yang dilakukan hanya mengandalkan selebaran laundry yang terbatas serta pembagiannya hanya di sekitar tempat usaha mereka (Rakhman & Sutanto, 2018).

Melihat kondisi ini tim pengabdian berkoordinasi dengan komunitas pengusaha laundry di kabupaten tegal dan menyusun jadwal pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pembinaan untuk pelaku usaha laundry di Kabupaten Tegal, khususnya untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan. Kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilakukan dosen-dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal sangat perlu dilakukan, karena banyaknya pelaku usaha laundry yang terkena terdampak ekonomi akibat pandemi COVID-19. Dari masalah-masalah tersebut dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana meningkatkan pengetahuan tentang digital marketing bagi pelaku usaha laundry.
- b. Bagaimana meningkatkan kemampuan pelaku usaha laundry dalam pembuatan flyer.
- c. Bagaimana meningkatkan kemampuan pembuatan copywriting untuk keperluan pemasaran.

Oleh karena itu dipandang perlu bagi dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis melakukan pelatihan dan pembinaan bagi pelaku usaha laundry tentang pelatihan dan pembinaan terhadap pengembangan usaha laundry di kabupaten tegal, sehingga dapat meningkatkan pendapatan pelaku usaha laundry di Kabupaten Tegal.

2. METODE

Metode pelaksanaan yang dilakukan menyesuaikan dengan kebutuhan dari pelaku usaha laundry di kabupaten tegal khususnya kebutuhan dalam hal meningkatkan pendapatand an keuntungan pelaku usaha laundry yang terdampak COVID-19. Adapun tahapan pelatihan yang dilakukan yaitu tahapan persiapan, tahapan pelaksanaan pelatihan dan metode pelatihan:

2.1. Tahap Persiapan

- a. Survey
- b. Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran
- c. Penyusunan bahan/materi pelatihan, yang meliputi makalah dan modul untuk kegiatan pelatihan

2.2. Tahap pelaksanaan pelatihan

Tahap pelaksanaan pelatihan dilakukan persiapan. Dalam tahap persiapan ini dilakukan penjelasan tentang strategi digital marketing untuk usaha laundry, sesi pela-tihan ini menitikberatkan pada pemberian penjelasan tentang pemilihan media sosial online yang banyak digunakan oleh masyarakat khususnya di kabupaten tegal, kemudian memberikan pelatihan cara untuk membuat flyer dengan menggunakan aplikasi canva di handphone, dan terakhir yaitu memberikan pemahaman cara untuk membuat copywriting yang menarik sehingga dapat menarik pelanggan.

2.3. Metode Pelatihan

Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode dalam pelatihan yang dirasa lebih efektif dan efisien sehingga dapat segera di aplikasikan dan digunakan setelah selesai pelatihan, yaitu:

- a. Metode ceramah dipilih untuk memberikan penjelasan tentang strategi digital marketing.
- b. Metode ceramah dan praktek langsung dalam pembuatan flyer
- c. Metode praktek yaitu membuat copywriting yang dimasukkan dalam flyer yang telah di buat sebelumnya.
- d. Metode tanya jawab penting bagi para peserta pengabdian, di saat menerima penjelasan tentang teori.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan diawali dengan melakukan FGD persiapan awal yang melibatkan anggota tim dan pembagian tugas saat pelatihan akan dilakukan. Hal tersebut dilakukan untuk merumuskan konsep dan teknis pelaksanaan kegiatan, sehingga pada pelaksanaan kegiatan pelatihan strategi digital marketing, membuat flyer, dan membuat copywriting yang menarik akan berjalan dengan efisien dan efektif serta minim kendala.

Pelaku usaha laundry rata-rata memiliki tujuan dan tantangan yang sama dengan jenis bisnis lainnya yaitu menghasilkan prospek bisnis yang baik dan meningkatkan perolehan omset yang meningkat dari hari ke hari (Maftuhah & Rafsanjani, 2019). Namun beberapa hal yang membedakan jenis usaha laundry dengan usaha lain yang mengutamakan penjualan yaitu jenis bisnisnya (Anggri Puspita Sari et al., 2020). Jika usaha lain dapat dilihat barang apa yang dapat dijual dengan melihat kebutuhan pasar, namun pada usaha laundry ini karena berjenis usaha jasa dan hasil produk/pengerjaannya baru dapat dilihat setelah pakaian selesai di laundry, sehingga pelaku usaha laundry perlu lebih menunjukkan keunggulan usaha mereka dan memperkuat pemasaran mereka di media sosial.

Pada zaman sekarang, internet sudah menjadi hal umum dan sudah dapat digunakan dalam menawarkan produk kepada pelanggan dan calon pelanggan. Hal tersebut juga sejalan dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan internet untuk hampir semua kegiatan, baik untuk hiburan, pencarian informasi, ataupun mencari sesuatu yang dibutuhkan baik berbentuk produk maupun jasa (Rohimah, 2019).

Pemasaran melalui media digitan (online) sebenarnya tidak jauh berbeda dengan pemasaran yang selama ini sudah dilakukan pelaku usaha laundry (offline), hanya saja pemasaran offline memiliki banyak keterbatasan baik pada proses maupun pada toolsnya (Nisa et al., 2018). Jika pemasaran offline pelaksanaannya harus melibatkan beberapa tenaga, kendaraan, dan brosur, dan akan terhambat jika terjadi kehabisan brosur, kondisi alam seperti hujan, dan juga terjadi kemacetan saat menyebarkan brosur (Nisa et al., 2018). Namun jika penggunaan pemasaran online akan lebih mudah karena hanya membutuhkan satu tenaga untuk memasarkan ke berbagai platform sosial media, hanya membutuhkan satu brosur digital/flyer untuk di sebar, serta tidak terbatas waktu dalam memasarkannya. Berikut merupakan kegiatan yang telah dilakukan kepada pelaku usaha laundry:

3.1. Membuat Pelatihan tentang Strategi Digital Marketing

Untuk dapat meningkatkan daya saing serta nilai tambah dari produk laundry, dilakukan pelatihan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dari kelompok mitra usaha laundry. Pelatihan Strategi Digital Marketing ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan pemahaman kepada mitra tentang upaya pemasaran melalui promosi.

Pelatihan diikuti oleh 10 orang pelaku usaha laundry yang dilakukan dalam sehari di slawi, dalam pelatihan ini semua peserta diberikan bekal tentang pemasaran melalui media sosial baik di instagram, facebook, maupun tiktok. Kondisi peserta menunjukkan belum pernah melakukan pemasaran melalui media online dan belum mengetahui pentingnya media online dalam kegiatan usaha mereka, sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama untuk melatih dan membiasakan dalam memasarkan menggunakan media sosial.



Gambar 1. Pelatihan Strategi Digital Marketing

Pelatihan yang dilakukan tersebut berjalan dengan lancar dan sesuai dengan harapan, peserta mengikuti dengan antusias dalam pelatihan dan mempelajari digital marketing. Hal tersebut terbukti dengan pertanyaan yang di berikan dengan antusias, sehingga diharapkan peserta dapat membuat strategi tersendiri dalam pemasaran usahanya.

3.2. Membuat Flyer Usaha Laundry yang Dapat Dibagikan di Media Sosial Online

Pada setiap usaha pasti membutuhkan alat pemasaran yang dapat digunakan untuk mengenalkan usahanya, didalamnya tentu memuat produk yang dijual maupun jasa yang ditawarkan. Flyer berguna untuk memberikan informasi produk, nomor telfon yang bisa dihubungi, serta nama usaha untuk membedakan usaha satu dengan yang lainnya, termasuk juga untuk branding (Jayanti Apri et al., 2020).

Flyer yang dibuat ini menggunakan aplikasi canva, Canva merupakan salah satu aplikasi desain grafis online yang dapat dengan mudah digunakan untuk membantu penggunaanya membuat berbagai macam desain grafis seperti flyer, proposal, poster, sertifikat, infografis dan lain sebagainya (Adharani et al., 2020). Canva juga memiliki beragam template yang dapat dengan mudah dimodifikasi sesuai keinginan penggunaanya. Canva juga dapat diakses melalui website ataupun dengan mendownload aplikasi di smartphone sehingga dapat digunakan di mana saja.

Pada pelatihan pembuatan Flyer untuk menggunakan aplikasi canva, sangat diminati karena pembuatan flyer ini termask hal yang bersifat khusus. Karena para peserta pelatihan sebelumnya belum pernah membuat flyer terlebih menggunakan aplikasi edit foto seperti canva, sehingga para peserta dengan antusias bertanya dan berlomba-lomba membuat flyer yang menarik sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan.



Gambar 2. Contoh Flyer Laundry

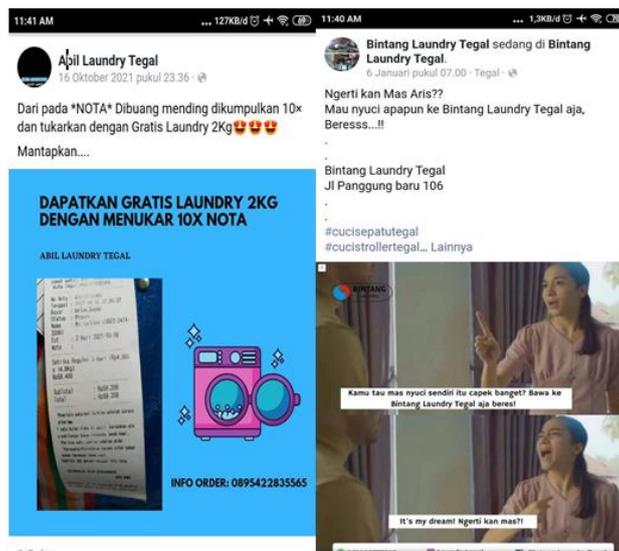
3.3. Membuat Copywriting yang Menarik Untuk Promosi

Copywriting sangat penting dalam upaya menarik minat calon konsumen/pelanggan untuk membeli produk ataupun menggunakan suatu jasa suatu. Dengan penggunaan copywriting yang baik, calon konsumen/pelanggan akan tertarik untuk mendatangi suatu toko tersebut, terlebih dengan penggunaan copywriting dapat membuat masyarakat mengingat tempat usaha ataupun toko tersebut (Maulida & Zakaria, 2021). Sehingga pelatihan copywriting sangat diperlukan bagi semua pelaku usaha khususnya usaha laundry di kabupaten tegal ini, hal tersebut karena berguna untuk memasarkan dan lebih memperkenalkan usaha laundry yang dimiliki, sehingga akan berdampak pada perolehan omset yang nantinya akan di didapatkan.

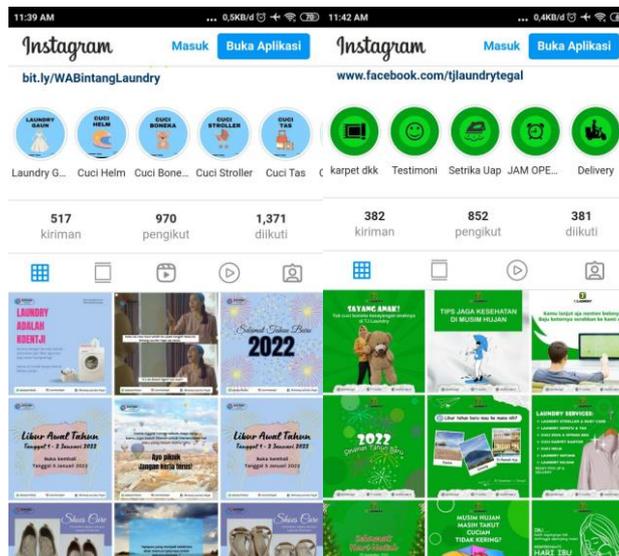
Pelaksanaan pelatihan pada bagian copywriting menjadi bagian akhir dari rangkaian pelatihan untuk pelaku usaha laundry, copywriting menjadi poin penting dalam pembuatan flyer dan menjadi bagian yang sangat crucial. Hal tersebut karena konten yang akan dimasukkan ke dalam flyer akan sangat mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa laundry, sehingga pada sesi terakhir pelatihan ini para peserta pelatihan mencoba membuat copywriting seunik mungkin yang dapat mereka gunakan dalam memasarka usaha mereka.



Gambar 3. Copywriting di Flyer



Gambar 4. Pemasaran Laundry di Facebook



Gambar 5. Pemasaran Laundry di Instagram

Setelah pelaksanaan pelatihan dengan tiga fokus tersebut, diharapkan para peserta pelaku usaha laundry dapat mengoptimalkan penggunaan sosial media dalam pelaksanaan promosi mereka, sehingga omset yang dimiliki akan semakin meningkat. Selain itu dengan promosi yang dilakukan dengan menggunakan sistem digital marketing, akan mempermudah dan menghemat pengeluaran yang harus dilakukan dalam promosi. Serta siapapun bisa dengan

mudah ikut mempromosikan usaha tersebut, baik pemilik usaha, karyawan, maupun konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa laundry tersebut.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa peran penjualan online yang dilakukan pelaku usaha laundry sangat berguna untuk kelancaran bisnisnya, khususnya pada masa pandemi ini. Masyarakat cenderung lelah dan bosan untuk mencuci pakaian karena segala kegiatan dilakukan di rumah, sehingga pakaian kotor pun menumpuk. Terlebih jika dalam kondisi cuaca hujan, sudah pasti pakaian akan berbau apek dan berjamur. Dari hasil kegiatan pelatihan ini diharapkan usaha laundry dapat meningkatkan pendapatan dan omset mereka dengan memaksimalkan pemasaran melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Adharani, Y., Latifah, R., Meilina, P., & Rosanti, N. (2020). Pelatihan Pembuatan Flyer Promosi untuk Menunjang Digital Marketing pada Klinik Kesehatan. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 93–102. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat>
- Amin, M. A. N. (2020). Apakah Stock Split Memberikan Keuntungan Tidak Normal? *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 12(1), 9–17.
- Anggri Puspita Sari, D. D. A., Sari, M. H. N., Gandasari, D., Siagian, V., Septarini, R. S., Tjiptadi, D. D., Sulaiman, O. K., Munsarif, M., Siregar, P. A., Nugraha, N. A., & Janner, S. (2020). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Asset Perusahaan Perdagangan Besar yang Terdaftar di Bursa Efek. In Alex Rikki (Ed.), *Yayasan Kita Menulis* (1st ed.). Yayasan Kita Menulis. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=6YzzDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=jenis+bisnis&ots=N7jVh4PBHO&sig=LoDikKvWjp2g-gR7Vqpw0gYxEJl&redir_esc=y#v=onepage&q=jenis+bisnis&f=false
- Jayanti Apri, E., Susi, W., Al Ikbal, A., & Maslen, S. (2020). Flyer Sebagai Media Informasi. In *LPT YAI*. LPT YAI. <http://repository.upi-yai.ac.id/755/>
- Maftuhah, R., & Rafsanjani, H. (2019). Pelatihan Strategi Pemasaran Melalui Media Online Pada Produk Usaha Rumahan Krupuk Bawang dan Kripik Sukun. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 227. <https://doi.org/10.30651/aks.v3i2.1996>
- Maulida, U., & Zakaria. (2021). Ragam Bahasa Copywriting Bisnis Online Instagram (Kajian Sociolinguistik). *Jurnal Ilmu Pendidikan Ahlussunnah*, 4(1), 211–217.
- Nisa, K., Laili, A., Qolbiyatul, S., & Suyanto, M. (2018). Strategi Pemasaran Online dan Offline. *Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa*, 01(1), 55–60. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/abdikarya/article/view/2018>
- Rakhman, A., & Sutanto, A. (2018). Analisa Sistem Informasi Geografis Tempat Laundry Berbasis Android. *Smart Comp :Jurnalnya Orang Pintar Komputer*, 7(1), 256–259.
- Rohimah, A. (2019). Era Digitalisasi Media Pemasaran Online dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 91. <https://doi.org/10.21070/kanal.v6i2.1931>
- Wahyudi, C., Subroto, S., Amin, M. A. N., Maya, I., Amalia, M. R., & Susilawati, A. D. (2022). Peningkatan Pelayanan BMT Bina Umat Mandiri (BUM) Kota Tegal Melalui Pelatihan Training of Trainer. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*, 2(1), 101–106. <https://doi.org/https://doi.org/10.54082/jamsi.172>