



Received : February 08, 2021

Accepted : February 12, 2021

Published : March 03, 2021

Conference on Community Engagement Project

<https://journal.uib.ac.id/index.php/concept>

Penerapan Bauran Promosi Pada \ Kj Laundry Service

Candy¹, Junita²

Universitas Internasional Batam

Candy.chua@uib.ac.id Juniiiong08@gmail.com

Abstrak

Upaya menerapkan bauran promosi pada KJ Laundry Service yang bertujuan untuk mengetahui cara mempromosikan dan jenis – jenis bauran promosi yang dapat diterapkan terhadap usaha. Analisa dalam penulisan laporan pengabdian kepada masyarakat tersebut menggunakan teori *promotion mix* yaitu promosi dari periklanan dan promosi penjualan. Bauran promosi merupakan suatu strategi yang penting bagi KJ Laundry Service untuk dapat bersaing dengan mitra lainnya di Kota Batam. Ditinjau dari hasil karakteristik masalah penelitian tersebut masuk terhadap penerapan strategi untuk menyelesaikan masalah. Cara ini dilakukan pada saat laporan pengabdian kepada masyarakat pada KJ Laundry Service selama tiga bulan. Adapun metode yang dilakukan dalam melaksanakan laporan pengabdian kepada masyarakat yaitu observasi, wawancara, perancangan strategi pemasaran secara langsung kepada pemilik usaha. Hasil kesimpulan dari penelitian adalah perlunya KJ Laundry Service untuk meningkatkan bauran promosi yang sudah ada dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan perusahaan dan lebih bisa bersaing dengan pihak lain.

Abstract

Efforts to apply the promotional mix to KJ Laundry Service which aims to find out how to promote and the types of promotional mix that can be applied to business. The author's analysis in writing the practical work report uses the promotion mix theory, namely the promotion of advertising and sales promotion. The promotion mix is an important strategy for KJ Laundry Service to be able to compete with other partners in Batam City. Judging from the results of the characteristics of the research problem, it enters the application of strategies to solve problems. This method is done during community service report at KJ Laundry Service for three months. The methods used in carrying out practical work are observation, interviews, designing marketing strategies directly to business owners. The conclusion from the research is the need for KJ Laundry Service to increase the existing promotional mix with the aim of increasing company sales and being more competitive with other parties.

Keywords: *Advertising, Direct Marketing dan Laundry*

Pendahuluan

Usaha laundry merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa yang menawarkan untuk mencuci atau membersihkan pakaian atau barang – barang yang biasanya dipakai oleh *customer*. Awalnya jasa cuci atau usaha laundry masih dicuci secara manual yaitu dengan tangan. Hingga perubahannya zaman dan teknologi berkembang sudah berkembang, usaha laundry mulai menggunakan mesin cuci hingga sekarang (Farhansyah 2020).

Sekarang merupakan zaman serba pakai gadget, hampir segala kebutuhan dapat dilakukan melalui gadget mereka. Dari urusan makan, minum kebutuhan sehari – hari sampai ke hal *laundry*, seperti mereka yang merantau ke daerah lain dan memiliki kesibukkan masing – masing yang menumpuk, sehingga laundry menjadi salah satu solusi yang dapat mengurangi beban bagi mereka. Apalagi sekarang sudah ada media sosial yang dapat diandalkan seperti *Instagram*, *Line*, *Whatsapp* ataupun melalui media lainnya.

Pemasaran merupakan strategi dalam meningkatkan penjualan atau penghasilan perusahaan. Bauran promosi merupakan gabungan dari beberapa promosi yang ada untuk suatu produk agar hasil dari kegiatan promosi tersebut agar dapat dilakukan untuk menghasilkan hasil yang maksimal. Menurut (Kecerdasan and Ikep n.d.), pemasaran merupakan bagaimana cara perusahaan mengelola atau menjalin hubungan dengan pelanggan yang memberikan keuntungan bagi perusahaan. Tujuan dari pemasaran adalah untuk menemukan dan memberikan suatu nilai bagi *customer* dan dari nilai tersebut mendapatkan nilai imbalan dari *customer*.

Marketing mix merupakan rancangan kuat yang membuat pemasaran semakin terarah dengan mudah untuk mencapai tujuan. Marketing mix juga merupakan kumpulan alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran pada sasaran pemasaran (Rachmawati et al. 2011).

Menurut (Philp 2002), bauran pemasaran merupakan suatu alat yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi yang digunakan untuk menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu diarahkan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari sasaran pasar.

KJ Laundry Service adalah usaha mikro kecil menengah yang bergerak di bidang jasa cuci pakaian, yang bergerak di awal tahun 2020 sehingga *brand awareness*nya masih kurang. Kendala yang dihadapi saat ini adalah belum banyak yang mengenal KJ Laundry Service tersebut dan belum adanya peningkatan omset. Sedangkan untuk strategi promosi yang dilakukan oleh KJ Laundry Service tersebut masih belum dikategorikan maksimal. Pemasaran yang dilakukan masih mengandalkan *word of mouth*, sedangkan melalui sosial masih berkurang.

Oleh karenanya, untuk meningkatkan pendapatan diperlukan untuk membangun *brand awareness* terhadap masyarakat dan target pasar. Sehingga berdasarkan hasil *survey*, maka dalam penelitian ini ditemukan bahwa pokok permasalahan yang perlu dibantu adalah dari segi strategi pemasaran yaitu penggunaan kartu nama, media sosial, dan e – catalogue yang diterapkan pada KJ Laundry Service.

Metode

Dalam penelitian ini menggunakan metode observasi dan wawancara secara langsung kepada pemilik usaha. Metode penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apa permasalahan yang sedang dihadapi oleh KJ Laundry Service sehingga pentingnya bauran promosi bagi perusahaan.

Wawancara merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dan data berdasarkan data fakta dan keyakinan yang digunakan untuk memenuhi tujuan dalam penelitian (Rosaliza 2015). Dalam penelitian ini, penelitian langsung berinteraksi langsung dengan pemilik untuk lebih mendapatkan informasi yang spesifik.

Metode observasi ini dilakukan untuk melibatkan pencatatan pola perilaku orang, objek dan peristiwa secara sistematis untuk memperoleh suatu informasi atau data tentang fenomena yang menarik (Aiello et al. 2018). Observasi ini dilakukan untuk mengamati seluruh kegiatan operasional KJ Laundry Service dengan tujuan untuk mendapatkan informasi permasalahan yang sedang dihadapi oleh perusahaan. Melalui metode observasi akan menjadi lebih mudah untuk mendapatkan strategi untuk masalah yang sedang diteliti.

Laporan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan kepada KJ Laundry Service yang berlokasi di Komplek Puri Loka Blok A No.12, Sungai Panas, Batam, Kepulauan Riau. Pelaksanaan laporan pengabdian masyarakat ini dilakukan secara langsung dalam waktu kurang lebih empat bulan dari awal oktober 2020 hingga pertengahan januari 2021. Dalam penelitian ini dilakukan untuk laporan pengabdian kepada masyarakat ini hanya di setiap hari sabtu dimulai dari pukul 15.00 hingga

pukul 18.00 dan hari minggu dikarenakan ada kesibukan di hari lainnya.

Pembahasan

Proses perancangan implementasi bauran promosi yang telah dirancang untuk pengabdian masyarakat pada KJ Laundry Service dilakukan dengan cara menjelaskan kepada pemilik usaha mengenai tujuan bauran promosi tersebut. Selanjutnya dimulai menjelaskan kepada pihak terkait mengenai prosedur rancangan bauran promosi tersebut dan menyarankan kepada pemilik usaha untuk mencoba menerapkan strategi yang telah dirancang.

Luaran yang dihasilkan dari laporan pengabdian kepada masyarakat tersebut adalah membuat kartu nama untuk disebarakan kepada *customer*, membuat akun *instagram* sebagai sarana mempromosikan *brand* usaha, dan membuat *e – catalogue* sehingga *customer* yang ingin melihatnya lebih mudah melalui *instagram*.



Gambar 1. Kartu Nama KJ Laundry Service. Sumber : Penulis (2020).



Pakaian	
1/2 HARI (6 JAM)	12.000/KG
EXPRESS (1 HARI)	10.000/KG
NORMAL	6.000/KG

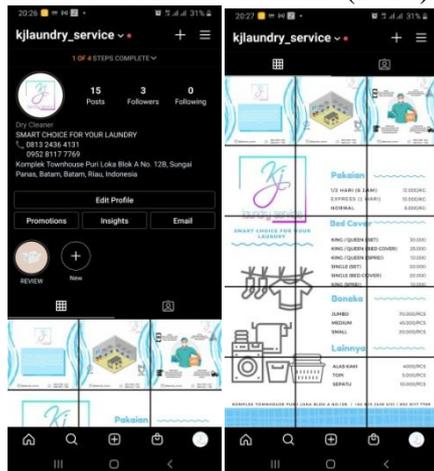
Bed Cover	
KING / QUEEN (SET)	30.000
KING / QUEEN (BED COVER)	25.000
KING / QUEEN (SPREI)	10.000
SINGLE (SET)	20.000
SINGLE (BED COVER)	20.000
KING (SPREI)	10.000

Boneka	
JUMBO	70.000/PCS
MEDIUM	45.000/PCS
SMALL	20.000/PCS

Lainnya	
ALAS KAKI	4.000/PCS
TOPI	5.000/PCS
SEPATU	10.000/PCS

KOMPLEK TOWNHOUSE PURI LOKA BLOK A NO.128 | +62 813 2436 4131 / 882 8117 7769

Gambar 2. E – catalogue KJ Laundry Service. Sumber : Penulis (2020)



Gambar 3. Akun *Instagram* KJ Laundry Service. Sumber : Penulis (2020).

Rancangan diatas merupakan gambaran mengenai strategi bauran pemasaran yang digunakan untuk mempromosikan *brand* perusahaan untuk meningkatkan *brand awareness* dan meningkatkan *customer*. Selain dapat meningkatkan *customer* juga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

Kondisi KJ Laundry Service setelah implemetasi bauran promosi yang telah dirancang untuk mengevaluasi proses implementasi oleh mitra dan segala perubahan yang terjadi setelah proses implementasi *promotion mix*. Jangkauan dari bursa menjadi semakin luas dengan diterapkannya *promotionmix* pada KJ Laundry Service. Sebelum penerapan,

KJ Laundry Service cuman diketahui oleh warga Puri Loka yang berada di daerah usaha dan menjadi pelanggannya. Dan juga bertambahnya *followers* di *instagram* yang membuat KJ Laundry Service menjadi semakin dikenal oleh masyarakat luas Batam, tentunya bertambahnya pelanggan baru yang menggunakan jasa cuci di KJ Laundry Service. Terdapat juga peningkatan pendapatan dibanding sebelumnya pada KJ Laundry Service.

Kendala yang dihadapi pihak KJ Laundry Service saat menerapkan bauran promosi adalah Bapak Jhonny selaku pemilik usaha lebih sibuk di luar kerjaan laundry sehingga saat melakukan observasi dan wawancara kepada pemilik diwakilkan oleh asisten – nya. Minimnya pengeluaran anggaran harus mengatur strategi untuk mengimplementasikan. Dan juga sistem bauran promosi ini juga masih asing bagi pihak tersebut karena masih harus beradaptasi dan menjalankan sesuai dengan prosedur bauran promosi yang diterapkan untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut.

Simpulan

Berdasarkan hasil strategi promosi yang diterapkan kepada KJ Laundry Service yang berfokus pada penerapan *advertising* dan *direct marketing*, maka dapat menyimpulkan bahwa hasil dari laporan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut:.

1. Sebelum penerapan pengabdian kepada masyarakat ini, pemilik usaha cuman hanya mengandalkan pengalaman dan teman terdekat sebagai customer, dan juga hanya menggunakan sistem *Word of Mouth* sebagai sarana mempromosi. Sehingga

- pentingnya penerapan *promotion mix* tersebut pada usaha KJ Laundry Service tersebut.
2. Manfaat dari rancangan penerapan bauran promosi tersebut adalah peningkatan pendapatan dan customer pada usaha KJ Laundry Service tersebut.
 3. Pihak KJ Laundry Service mencoba untuk menerapkan strategi promosi yang diusulkan pada kegiatan operasional usahanya. Dan pemilik usaha juga akan membuat inovasi promosi baru untuk diterapkan sehingga usaha akan lebih berkembang dan bersaing dengan mitra lain.
 4. Kendala yang dihadapi pihak KJ Laundry Service adalah kemampuan dalam beradaptasi untuk menjalankan strategi promosi untuk perusahaan. Tetapi diyakinkan bahwa seiringnya berjalannya waktu, usaha tersebut akan terbiasa untuk menerapkan strategi tersebut. Aiello, Gaetano, Raffaele Donvito, Virginia Vannucci, Beverly Wagner, and Juliette Wilson. 2018. "The Paradox of Odd-Even Price in Fashion Luxury Sector: Empirical Evidence from an International Direct Observation of Luxury Stores." *Journal of Global Fashion Marketing* 9(3):205–22.
- Farhansyah, Jordhi. 2020. "Langkah Sukses Membuka Bisnis Laundry Untuk Pemula." Retrieved (<https://blog.mokapos.com/bisnis-laundry-untuk-pemula>).
- Kecerdasan, Inventori, and Pelbagai Ikep. n.d. *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析* Title.
- Philp, Kotler. 2002. "Analisis Manajemen Pemasaran, Perencanaan, Impementasi Dan Pengendalian." 1(3):89.
- Quesenberry, Keith A. 2019. *Social Media Strategy : Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution*.
- Rachmawati, Rina, Jurusan Teknologi Jasa, Dan Produksi, and Universitas Negeri Semarang. 2011. "Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran)." *Jurnal Kompetensi Teknik* 2(2):143–50.
- Rosaliza, Mita. 2015. "1099-Article Text-1955-1-10-20180418.Pdf." *Jurnal Ilmu Budaya* 11(2):9.