



Pendampingan Manajemen Usaha pada UMKM Laundry dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing

Ria Dwi Rahmawati¹, Adita Aji Pratama², Tri Wahid³, Arie Sofyan⁴, Fanniya Dyah Prameswari^{5*}, Mona Tiorina Manurung⁶, Galih Panjalu Pramono⁷, Dyah Purwaningrum⁸, Ragil Saskya Yuniar Herawati⁹

¹⁻⁹ Program Studi Manajemen, Universitas Widya Husada, Indonesia, 50123

E-mail : *fanniya@uwhs.ac.id

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v7i2.3065>

Info Artikel:

Diterima :
2026-03-09

Diperbaiki :
2026-04-07

Disetujui :
2026-04-12

Kata Kunci: Manajemen Usaha;
Pemasaran; UMKM

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) laundry merupakan salah satu sektor jasa yang berkembang pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan praktis dan efisien. Namun, sebagian besar UMKM laundry masih menghadapi permasalahan dalam pengelolaan manajemen usaha dan strategi pemasaran yang masih bersifat konvensional. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan pendampingan manajemen usaha pada salah satu UMKM laundry yang berada di Mijen, Semarang dalam upaya meningkatkan daya saing usaha. Metode pelaksanaan PKM meliputi observasi awal, identifikasi permasalahan, pelatihan dan pendampingan manajemen usaha dan pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM laundry terhadap pentingnya manajemen usaha yang terstruktur dan strategi pemasaran yang efektif, yang berdampak pada peningkatan visibilitas usaha dan potensi peningkatan jumlah pelanggan.

Abstract: Laundry Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the service sectors that are growing rapidly along with the increasing public demand for practical and efficient services. However, most laundry MSMEs still face problems in managing their business and marketing strategies that are still conventional. This Community Service (PKM) activity aims to provide business management assistance to one of the laundries MSME businesses in Mijen, Semarang to increase business competitiveness. The PKM implementation method includes initial observation, problem identification,

training and assistance in business management and marketing. The results of the activity show an increase in understanding of the laundry MSME operators regarding the importance of structured business management and effective marketing strategies, which has an impact on increasing business visibility and the potential for increasing the number of customers.

Keywords: *Business Management; Marketing; MSMEs*

Pendahuluan

Manajemen usaha merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian sumber daya usaha untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Bagi UMKM, manajemen usaha yang baik sangat penting sebagai dasar dalam menjalankan dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Penerapan manajemen usaha yang terstruktur membantu pelaku UMKM dalam mengatur proses produksi atau layanan, mengelola keuangan, mengelola sumber daya manusia, serta menyusun strategi pemasaran yang tepat. Namun, pada praktiknya banyak pelaku UMKM yang masih menjalankan usaha secara sederhana dan berdasarkan pengalaman tanpa perencanaan yang matang (Ghasarma et al., 2022). Kondisi ini dapat menghambat pertumbuhan usaha dan membuat UMKM sulit bersaing, terutama di tengah persaingan usaha yang semakin ketat dan perubahan lingkungan bisnis yang cepat. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan manajemen usaha menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi UMKM. Dengan manajemen usaha yang baik, pelaku UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi risiko usaha, serta meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha (Kurniawati & Munari, 2023).

UMKM dalam perekonomian Indonesia memegang peranan penting dalam mensejahterakan masyarakat (Setiawan et al., 2024). Hal ini ditandai dengan munculnya berbagai produk dan jasa UMKM di berbagai wilayah di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM di tahun 2024, jumlah UMKM di Indonesia mencapai sekitar 64,2 juta unit usaha. Keberadaan UMKM tersebut memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional, yakni sebesar 61,07 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) atau setara dengan nilai 8.573,89 triliun rupiah. Selain itu, UMKM juga berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja (Prameswari et al., 2025). Adanya perkembangan gaya hidup masyarakat terutama masyarakat di perkotaan yang semakin dinamis menyebabkan naiknya kebutuhan terhadap layanan jasa yang praktis serta efisien. Salah satunya adalah UMKM Laundry yang keberadaannya mudah ditemui di berbagai kota seperti Kota Semarang. Keberadaan layanan laundry diminati masyarakat karena menghemat waktu dan terjangkau dalam merawat pakaian (Ajiningrum et al., 2024). UMKM

laundry biasanya memilih lokasi usaha yang mudah dijangkau seperti perumahan, indekos maupun sekitar kampus dan sekolah.

Dalam membangun bisnis laundry, pelaku usaha perlu menemukan cara agar bisnis dapat bertahan di era persaingan usaha yang cukup ketat. Menurut Sanusi et al., (2025), terdapat berbagai tantangan dan risiko dalam pengelolaan bisnis terutama bisnis laundry antara lain pengelolaan usaha dalam meningkatkan profit dan keterbatasan pemasaran secara digital. Sebagian besar UMKM laundry masih menghadapi kendala dalam penerapan manajemen usaha yang terstruktur. Pengelolaan usaha umumnya dilakukan secara sederhana dan berdasarkan kebiasaan sehari-hari tanpa perencanaan yang jelas (Rohman & Fitria, 2024). Pelaku usaha sering kali belum memiliki perencanaan operasional, standar pelayanan, serta pembagian tugas yang teratur, sehingga proses kerja menjadi kurang efisien dan sulit dikontrol.

Manajemen operasional merupakan salah satu aspek penting dalam pengelolaan UMKM karena berkaitan langsung dengan proses penciptaan dan penyampaian produk atau jasa kepada konsumen. Operasional UMKM laundry umumnya masih berjalan secara informal dan belum terstandar. Proses kerja usaha ini sangat bergantung pada kebiasaan pelaku usaha tanpa adanya alur operasional yang jelas, sehingga berpotensi menimbulkan keterlambatan, kesalahan pencatatan pesanan, dan ketidakkonsistenan kualitas layanan (Pandia et al., 2025).

Dalam manajemen pemasaran, konsep bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan oleh pelaku usaha untuk memengaruhi keputusan konsumen. Dalam konteks UMKM laundry sebagai usaha jasa, bauran pemasaran tidak hanya terbatas pada empat unsur utama (produk, harga, tempat, dan promosi), tetapi juga mencakup unsur tambahan, yaitu orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*). Namun, UMKM laundry umumnya masih mengandalkan strategi pemasaran konvensional, seperti promosi dari mulut ke mulut atau pemasangan spanduk di sekitar lokasi usaha. Pemanfaatan media digital, seperti media sosial dan platform online, masih terbatas sehingga jangkauan pasar menjadi sempit dan sulit menjangkau pelanggan baru. Kurangnya pemahaman terhadap perilaku dan kebutuhan pelanggan juga menjadi permasalahan dalam pemasaran. Pelaku UMKM laundry belum sepenuhnya memanfaatkan strategi pemasaran berbasis layanan, seperti program loyalitas pelanggan, pelayanan antar-jemput, atau promosi berbasis digital. Akibatnya, daya saing usaha menjadi rendah dan pertumbuhan usaha berjalan lambat. Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan

pendampingan usaha kepada salah satu pelaku usaha bisnis laundry di Kota Semarang yaitu Wahyu Laundry.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada Wahyu Laundry yang berlokasi di Kecamatan Mijen, Kota Semarang. Periode pelaksanaan kegiatan sejak tanggal 1 Desember 2025 hingga 27 Desember 2025. Metode pelaksanaan dirancang dalam bentuk pendampingan yang bersifat partisipatif, yaitu melibatkan secara langsung pelaku UMKM dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini bertujuan agar pelaku usaha tidak hanya menerima materi, tetapi juga mampu menerapkan manajemen usaha dan strategi pemasaran secara berkelanjutan.

Tahap pertama adalah observasi dan identifikasi permasalahan. Pada tahap ini dilakukan kunjungan langsung ke lokasi usaha untuk mengamati kondisi operasional, sistem pengelolaan usaha, serta strategi pemasaran yang telah diterapkan melalui wawancara dengan pemilik usaha. Tahap berikutnya adalah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan. Kegiatan ini dilakukan melalui penyampaian materi, diskusi, dan praktik langsung. Pelaku UMKM diberikan pemahaman mengenai pentingnya manajemen usaha yang terstruktur, serta penerapan strategi pemasaran, baik secara konvensional maupun digital.

Pendampingan dilakukan secara bertahap agar pelaku usaha dapat langsung mencoba dan menyesuaikan dengan kondisi usahanya. Tahap terakhir yaitu tahap monitoring dan evaluasi. Pada tahap ini dilakukan pemantauan terhadap penerapan manajemen usaha dan pemasaran yang telah diberikan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pendampingan, terutama dari aspek pemahaman pelaku usaha, perubahan cara pengelolaan usaha, serta perkembangan aktivitas pemasaran.



Gambar 1. Alur kegiatan

Hasil dan Pembahasan

Sebagai salah satu UMKM di sektor jasa laundry, Wahyu Laundry melayani konsumen dari berbagai segmen masyarakat, dari individu hingga keluarga yang membutuhkan layanan laundry secara rutin. Lokasinya strategis yaitu berada di Jl. Raya Semarang-Boja, Jatisari, Kec. Mijen, Kota Semarang, Jawa Tengah memudahkan akses bagi pelanggan yang berdomisili di perumahan dan kawasan permukiman sekitar. UMKM ini beroperasi secara usaha skala kecil menengah, dengan sistem layanan yang masih mengandalkan interaksi langsung dengan pelanggan di lokasi usaha, baik untuk layanan kiloan maupun satuan.

Dalam praktik operasionalnya, UMKM Wahyu Laundry menghadapi berbagai tantangan terkait manajemen usaha dan pemasaran, termasuk dalam hal operasional dan strategi promosi yang masih konvensional. Walaupun demikian, usaha ini telah menunjukkan layanan yang diterima masyarakat dengan baik, yang terlihat dari ulasan dan rating positif pelanggan. Adanya upaya untuk meningkatkan kualitas layanan serta visibilitas usaha menjadi bagian penting dari kegiatan pendampingan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.



Gambar 2. Lokasi UMKM Wahyu Laundry

Kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh Tim KKN Universitas Widya Husada Semarang diawali dengan survei awal ke lokasi UMKM Wahyu Laundry. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kebutuhan dari UMKM tersebut. Dalam rangka meningkatkan aspek pemasaran, Tim KKN membantu melalui pemanfaatan media digital sederhana yang mudah diterapkan oleh pelaku UMKM. Tim KKN membantu pembuatan akun media sosial usaha sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Konten promosi yang dibuat meliputi informasi layanan, daftar harga, jam operasional, serta promosi sederhana untuk menarik minat pelanggan.

Selain itu, penggunaan aplikasi pesan instan dimaksimalkan untuk menerima pesanan, memberikan informasi status cucian, serta menjaga hubungan dengan pelanggan. Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan interaksi antara UMKM dengan pelanggan, baik dari segi komunikasi maupun kemudahan akses informasi layanan. Pelanggan menjadi lebih mudah mendapatkan informasi dan melakukan pemesanan, sehingga meningkatkan kepuasan terhadap layanan Wahyu Laundry.



Gambar 3. Survei awal dan sosialisasi terkait kebutuhan UMKM Wahyu Laundry



Gambar 4. Pendampingan pemasaran UMKM Wahyu Laundry melalui platform Instagram



Gambar 5. Pendampingan aspek pemasaran UMKM Wahyu Laundry di platform Tiktok.

Hasil kegiatan pendampingan pada UMKM Wahyu Laundry menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip dasar manajemen usaha memberikan dampak positif terhadap pengelolaan dan keberlangsungan usaha. Temuan ini sejalan dengan konsep manajemen usaha yang menyatakan bahwa keberhasilan suatu usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya secara efektif dan efisien melalui fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian. Pada aspek manajemen pemasaran, hasil kegiatan pengabdian yang mendorong pemanfaatan media digital sejalan dengan konsep bauran pemasaran (marketing mix), khususnya pada elemen promosi (promotion) dan tempat (place). Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan aksesibilitas layanan Wahyu Laundry kepada pelanggan. Peningkatan interaksi dengan pelanggan melalui media digital juga mencerminkan penerapan konsep pemasaran berorientasi pelanggan (customer-oriented marketing) (Justitia et al., 2021).

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh Tim KKN Universitas Widya Husada Semarang pada UMKM Wahyu Laundry menunjukkan bahwa pendampingan manajemen usaha dan pemasaran memberikan dampak positif terhadap pengelolaan dan keberlanjutan usaha. Pendampingan yang diawali dengan survei kebutuhan mampu mengidentifikasi permasalahan utama UMKM, sehingga program yang dilaksanakan bersifat tepat sasaran dan sesuai dengan kondisi lapangan. Hasil pendampingan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital sederhana sebagai bagian dari strategi pemasaran mampu meningkatkan aksesibilitas layanan, memperluas jangkauan promosi, serta memperbaiki interaksi antara UMKM dengan pelanggan. Penerapan prinsip-prinsip dasar manajemen usaha, khususnya pada aspek manajemen pemasaran, selaras dengan konsep bauran pemasaran dan pemasaran berorientasi pelanggan, sehingga berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan dan citra usaha UMKM Wahyu Laundry.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini membuktikan bahwa pendampingan berbasis manajemen usaha dan pemasaran merupakan pendekatan yang efektif dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM jasa laundry. Pendampingan yang bersifat praktis dan aplikatif mampu membantu pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara lebih terstruktur serta adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih diberikan kepada 1) Tim KKN 2025 Program Studi Manajemen, Universitas Widya Husada Semarang 2) UMKM Wahyu Laundry Semarang.

Referensi

- Ajningrum, D. A., Putri, I., Maulida, I., Asviani, N. O., & Amalia, P. (2024). Pendampingan Umkm Dalam Meningkatkan Penghasilan Usaha “ Laundry Express Ocean ” Di Sampit. *E-Jurnal Profit (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(2), 156–162.
- Ghasarma, R., Eka, D., Karimudin, Y., Isnurhadi, I., & Bang, P. L. (2022). Pendampingan Pengelolaan Keuangan UMKM dan Optimalisasi Usaha Masyarakat dalam Menghadapi Era Normal Baru di Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 3(1), 65–72. <https://doi.org/10.29259/jscs.v3i1.49>.

<https://umkm.go.id/> diakses pada 6 Februari 2025 pukul 13.00 WIB.

- Justitia, A., Werdiningsih, I., Effendy, F., & Taufik, T. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM Jasa Laundry menuju UMKM Go Digital. *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 60–72.
- Kurniawati, N. F. I., & Munari. (2023). Literasi Keuangan, Pendapatan, Dan Manajemen Pengelolaan Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Di Kelurahan Ngagel Rejo Kota Surabaya. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(2), 1–23.
- Pandia, D. W. B., Sari, N., Sembiring, N. K. B., Pilarzato, P., & Sinaga, I. N. (2025). Analisis Strategi Manajemen Operasional terhadap Produktivitas UMKM. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multi Disiplin*, 03(03), 1978–1987.
- Prameswari, F. D., Manurung, M. T., Pramono, G. P., & Desyyanti, E. (2025). Pendampingan Pengelolaan Keuangan dan Manajemen Usaha pada Bisnis Albania Coffe & Resto. *Kesejahteraan Bersama: Jurnal Pengabdian Dan Keberlanjutan Masyarakat*, 2(1), 94–100.
- Rohman, A., & Fitria, L. (2024). Analisis Kelayakan Bisnis Pada Usaha Laundry “ Waz Wuz Madura ” Ditinjau Dari Aspek Pasar , Teknis. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, 2(6).
- Sanusi, A., S, R. Y., Alam, R. S., & Kamela, H. (2025). Pendampingan Manajemen Strategi Bisnis bagi UMKM Laundry di Tangerang Selatan Banten. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*, 5(2), 455–462.
- Setiawan, A., Jaurino, J., Sari, W., & Febriati, F. (2024). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Pada UMKM Di Kabupaten Kubu Raya. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 5(1), 101–110. <https://doi.org/10.36908/akm.v5i1.1091>