



## Socialization and Assistance in the Use of Social Media by Laundry MSMEs

Puji Aledya Angguna<sup>1\*</sup>, Hasyim As'ari<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

**Corresponding Author:** Puji Aledya Angguna [fujialedyaangguna@gmail.com](mailto:fujialedyaangguna@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords:* Socialization, Mentoring, Social Media Utilization, Laundry MSMEs

*Received :* 21, February

*Revised :* 15, March

*Accepted:* 29, March

©2025 Angguna, As'ari: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



### ABSTRACT

This community service activity aims to improve the ability and awareness of MSME actors in utilizing social media as an effective promotional tool. Activities are carried out through, interviews, socialization, mentoring, and evaluation with the direct meeting method. This activity was carried out in several sessions in April 2025 with a focus on training practitioners in content creation, social media management and the application of digital marketing strategies. The results of this activity show an increase in the understanding and skills of laundry business actors in using social media platforms such as Instagram, Facebook, and TikTok to promote services, build interactions with customers, and expand market reach. This activity contributes to increasing the competitiveness of MSMEs in the digital era.

---

## Sosialisasi dan Pendampingan dalam Pemanfaatan Media Sosial oleh UMKM Laundry

Puji Aledya Anggana<sup>1\*</sup>, Hasyim As'ari<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

**Corresponding Author:** Puji Aledya Anggana [fujialedyaangguna@gmail.com](mailto:fujialedyaangguna@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Sosialisasi, Pendampingan, Pemanfaatan Media Sosial, UMKM Laundry

*Received :* 21, February

*Revised :* 15, March

*Accepted:* 29, March

©2025 Anggana, As'ari: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk kemampuan dan kesadaran pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Kegiatan dilaksanakan melalui, wawancara, Sosialisasi, pendampingan, dan evaluasi dengan metode pertemuan langsung. Kegiatan ini dilakukan beberapa sesi pada bulan april 2025 dengan fokus pada pelatihan praktisi pembuatan konten, pengelolaan media sosial serta penerapan strategi pemasaran digital. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha laundry dalam menggunakan platform media sosial seperti instagram, facebook, dan tiktok untuk mempromosikan jasa, membangun interaksi dengan pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar. Kegiatan ini berkontribusi dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

---

## PENDAHULUAN

Laundry merupakan salah satu usaha di bidang jasa mencuci pakaian atau bahan tekstil lainnya yang menggunakan mesin serta air dan deterjen sebagai bahan bakunya. Kegiatan usahanya pun dapat dilakukan dari rumah maupun tempat usaha. Mengingat bisnis ini selalu menjadi kebutuhan orang banyak, maka tak heran usaha ini mempunyai keuntungan berlipat. Apalagi usaha laundry memiliki keahlian dalam membersihkan berbagai jenis pakaian, dan tidak semua orang bisa melakukannya. Misalnya, mencuci selimut, spre, karpet, jaket dan lain sebagainya. (*Usaha Laundry, Pengertian, Jenis, Kelebihan Dan Kekurangannya*, n.d.)

Salah satu alasan mengapa banyak orang tertarik memulai bisnis laundry adalah modal awal yang relatif terjangkau jika dibandingkan dengan bisnis lainnya. Modal utama dalam usaha laundry adalah mesin cuci, peralatan pengering, dan tempat usaha. (*Penasaran! Kenapa Bisnis Laundry Menjadi Jenis Usaha Yang Sangat Dicari - Saku Laundry*, n.d.)

Kebutuhan akan jasa laundry semakin meningkat seiring dengan gaya hidup masyarakat urban yang cenderung sibuk. Banyak orang, terutama pekerja kantoran, mahasiswa, dan keluarga muda, tidak memiliki waktu atau tenaga untuk mencuci pakaian mereka sendiri. Hal ini menjadikan layanan laundry sebagai solusi praktis dan efisien. (*Penasaran! Kenapa Bisnis Laundry Menjadi Jenis Usaha Yang Sangat Dicari - Saku Laundry*, n.d.)

Kelurahan catur tunggal merupakan keluaran yang dikelilingi oleh beberapa kampus yang membuat banyak mahasiswa memilih tinggal di daerah tersebut dan sekitarnya karena dekat dengan kampus sehingga terdapat banyak peluang usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), salah satunya adalah usaha laundry. Usaha laundry dipilih oleh warga kelurahan catur tunggal karena tidak memerlukan keterampilan khusus hanya bermodalkan mesin cuci dan setrika, setiap orang bisa menjalankan usaha ini.

sosialisasi ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dan kemampuan digital marketing pelaku UMKM (Kementerian jasa laundry dengan memanfaatkan social media sebagai wadah promosi. Sosialisasi sekaligus pendampingan umkm dalam pemanfaatan media sosial ini juga merupakan wujud peran universitas dalam mencapai target pemerintah dalam hal ini kementerian komunikasi dan informatika (kominfo) menargetkan 30 juta pelaku usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) mengadopsi teknologi digital pada tahun 2024 melalui program UMKM level up Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi. (*Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi - Kominfo Targetkan 30 Juta UMKM Adopsi Teknologi Digital Pada 2024*, n.d.)

## PELAKSAAAN DAN METODE

Untuk melakukan sosialisasi dan pendampingan untuk pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi pada UMKM jasa laundry, sejumlah metode pengabdian yang bisa dipergunakan yakni sebagai berikut:

### **Survey**

Menurut Fraenkel dan Wallen (1993), penelitian survei merupakan penelitian dengan mengumpulkan informasi dari suatu sampel dengan menayakannya melalui angket atau wawancara untuk menggambarkan berbagai aspek dalam suatu populasi. (Maidiana, 2021). Pada tahap ini di laksanakan guna mengetahui lokasi pengabdian serta memintaa perizinan pada pelaku usaha guna terjadinya program pengabdian di masyarakat prihaal sosialisai dan pendampingan pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi usaha jasa UMKM laundry. Survay di lakukan di sejumlah usaha laundry yang ada jl keledokan guna meuntuk mengetahui dari sejumlah usaha laundry yang berada di jl keledokan sudah menggunakan media sosial sebagai alat prmosi dari usaha launsry yang di jalankan.

### **Wawancara**

Metode wawancara yang di lakukan adalah Wawancara tidak berstruktur, enis wawancara ini bersifat fleksibel dan peneliti dapat mengikuti minat dan pemikiran partisipan. Pewawancara dengan bebas menanyakan berbagai pertanyaan kepada partisipan dalam urutan manapun bergantung pada jawaban (Rachmawati, 2007). Dalam wawancara yang di lakukan dalam penelitian di lakukan dengan sangat fleksible, agenda yang di lakukan dalam wawancara ini di lakukan di beberapa usaha laundry dengan beberapa pertanyaan yang kurang lebih hampir sama mengenai pemanfaatan media sosial dalam promosi usaha laundry. Metode wawancara di lakukan guna mengumpulkan data apakan dari pelaaku bisnis laundry apakah mereka sudah menerapkan dan memanfaatkan secara maksimal media sosial sebagai media promosi atau belum. Wawancara ini di lakukan karna banyaknya usaha laundry di daerah tersebut yang di kelola oleh ibu rumah tangga yang sebagian besar darri mereka menggunakan media sosial.



### *Sosialisasi*

Charlotte Buhler Sosialisasi adalah proses yang membantu individu belajar dan menyesuaikan diri, bagaimana cara hidup, dan berpikir kelompoknya agar ia dapat berperan dan berfungsi dengan kelompoknya. (Lasmini, 2023).

Sosialisasi bukan hanya terjadi secara alami, tetapi juga dapat dilakukan secara terencana melalui kegiatan yang dirancang khusus untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan individu dalam bidang tertentu. Salah satu contoh nyata dari sosialisasi terencana adalah kegiatan penyuluhan yang ditujukan kepada para pelaku usaha laundry yang ada di jl keldokan keluarahan catur tunggal. Pada tanggal 28 April 2025, telah dilaksanakan kegiatan sosialisasi yang bertujuan memberikan pemahaman dan keterampilan kepada para pemilik usaha laundry mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran yang efektif dan efisien.



Kegiatan ini diawali dengan demonstrasi praktis tentang cara menggunakan media sosial untuk mempromosikan layanan laundry secara luas. Dalam sesi ini, peserta diperkenalkan pada berbagai platform digital seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business, yang dapat digunakan untuk menjangkau pelanggan lebih luas tanpa perlu biaya besar. Para pemilik usaha laundry diajarkan bagaimana membuat konten promosi, membangun interaksi dengan pelanggan, serta memanfaatkan fitur-fitur seperti testimoni pelanggan, ulasan layanan, dan promosi diskon melalui media sosial. Tujuan utama dari sosialisasi ini adalah untuk meningkatkan kesadaran para pemilik laundry akan pentingnya kehadiran digital di era teknologi saat ini. Banyak pemilik usaha yang masih menjalankan usahanya secara konvensional tanpa memanfaatkan potensi besar dari internet dan media sosial. Padahal, dengan strategi pemasaran

digital yang tepat, usaha laundry dapat menjangkau konsumen lebih cepat, memberikan pelayanan yang lebih praktis, dan menciptakan loyalitas pelanggan melalui interaksi yang aktif dan responsif. Selain itu, dalam kegiatan ini juga disampaikan materi tentang cara menjaga reputasi usaha secara online, termasuk etika berkomunikasi dengan pelanggan, pentingnya menjawab pertanyaan atau keluhan dengan cepat, dan menjaga konsistensi tampilan visual serta identitas merek usaha laundry.

Dengan adanya sosialisasi ini, diharapkan para pemilik usaha laundry dapat lebih percaya diri dalam mengelola pemasaran digital mereka. Mereka diharapkan tidak hanya mampu mengikuti perkembangan teknologi, tetapi juga memanfaatkannya untuk meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan usaha mereka secara berkelanjutan.

### ***Pendampingan***

Pendampingan atau lebih dikenal dengan istilah Mentorship. Mentorship berakar kata dari Mentor dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016) memiliki makna pembimbing atau pengasuh. Secara istilah, pendampingan dijelaskan dalam buku karya Gendro Salim (2014) yang berjudul *Effective Coaching*, ia memberikan makna pendampingan atau mentoring sebagai sebuah aktivitas bimbingan dari seseorang yang sudah sangat menguasai hal-hal tertentu dan membagikan ilmunya kepada orang yang membutuhkannya. Dalam upaya pemecahan masalah, peran pendampingan hanya sebatas pada memberikan alternatif-alternatif yang dapat diimplementasikan. (Jeklin et al., 2016)

Pada sesi pendampingan ini, peneliti memberikan bantuan langsung kepada dua mitra pemilik usaha laundry dalam pembuatan akun media sosial bisnis yang terpisah dari akun pribadi. Hal ini bertujuan agar branding usaha lebih profesional dan fokus pada layanan yang ditawarkan. Pembuatan akun dilakukan pada beberapa platform populer yang umum digunakan untuk kegiatan promosi, antara lain Facebook, Instagram, dan TikTok.

Selain itu, peneliti juga membantu mitra untuk mendaftarkan lokasi usaha laundry mereka di Google Maps. Langkah ini penting agar usaha mereka lebih mudah ditemukan oleh pelanggan, khususnya ketika calon pelanggan mencari layanan laundry terdekat melalui Google. Dengan menambahkan lokasi usaha beserta informasi kontak, jam operasional, dan deskripsi layanan, diharapkan pelanggan dapat menemukan dan mengakses layanan laundry dengan lebih cepat dan mudah. Penambahan ulasan positif dari pelanggan juga didorong sebagai upaya membangun kepercayaan dan meningkatkan reputasi usaha secara online.

Dalam hal pengelolaan akun media sosial, peneliti membimbing mitra dalam menyusun dan mengelola konten secara konsisten. Konten yang dibuat meliputi foto layanan laundry, testimoni dari pelanggan, edukasi ringan seputar perawatan pakaian, serta promosi mingguan yang bertujuan untuk menarik minat pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Dengan pengelolaan yang terarah dan strategi konten yang relevan, diharapkan akun media sosial yang telah dibuat dapat menjadi sarana efektif untuk memperluas

jangkauan pemasaran, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan mendukung pertumbuhan usaha laundry secara berkelanjutan.



### *Evaluasi*

Hasil survei menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi dan pendampingan berjalan efektif dan bermanfaat bagi dua mitra pemilik usaha laundry. Peserta memahami pentingnya penggunaan media sosial untuk promosi, serta mampu membuat akun bisnis terpisah dari akun pribadi di platform seperti Facebook, Instagram, dan TikTok. Mereka juga berhasil menambahkan lokasi usaha di Google Maps, sehingga usaha lebih mudah ditemukan oleh pelanggan baru.

Setelah pendampingan, peserta mulai mengelola konten secara mandiri, seperti unggahan foto layanan, testimoni pelanggan, dan promosi mingguan. Kegiatan ini memberikan dampak nyata berupa meningkatnya visibilitas usaha secara online dan adanya interaksi dari pelanggan baru. Mitra menyatakan komitmen untuk terus mengembangkan pemasaran digital secara rutin.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan sosialisasi dan pendampingan kepada dua pelaku usaha laundry di Kelurahan Caturtunggal menunjukkan hasil yang positif dalam konteks peningkatan literasi digital dan kemampuan pemasaran berbasis teknologi. Kegiatan ini dilakukan sebagai bentuk penguatan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi digitalisasi, khususnya di sektor jasa laundry yang persaingannya semakin kompetitif.

Dalam kegiatan ini peserta di bekali dengan pengetahuan dasar hingga lanjutan terkait pemanfaatan media sosial sehingga Peserta mampu memahami cara memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi efektif, mulai dari pembuatan akun bisnis hingga pengelolaan konten sebagai media promosi usaha yang efektif dan terjangkau. Dari sosialisasi dan pendampingan juga membantu UMKM dalam memisahkan akun pribadi dan akun usaha, serta mendaftarkan lokasi usaha di Google Maps, sehingga lebih mudah diakses oleh pelanggan baru.

Salah satu indikator keberhasilan program ini terlihat dari kemampuan peserta dalam memproduksi dan mengelola konten secara mandiri. Konten yang dikembangkan terdiri atas dokumentasi layanan laundry (seperti foto proses pencucian, hasil akhir, dan tampilan tempat usaha), testimoni pelanggan yang menjadi bukti sosial (social proof), konten edukasi ringan seputar perawatan pakaian, serta promosi mingguan untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan. Keberadaan konten-konten tersebut mampu membangun citra positif usaha di mata konsumen dan memperkuat komunikasi dua arah antara pelaku usaha dan pelanggan.

Selain itu, perubahan perilaku digital juga mulai terlihat setelah kegiatan pendampingan. Peserta menunjukkan peningkatan partisipasi aktif dalam memanfaatkan media sosial, seperti dengan rutin mengunggah konten, menggunakan fitur-fitur interaktif seperti "story" dan "polling", serta merespons komentar dan pesan langsung dari pelanggan dengan cepat. Ini menandakan adanya peningkatan keterampilan digital, tidak hanya dari sisi teknis, tetapi juga dalam memahami dinamika komunikasi dan pelayanan pelanggan di ruang digital.

Keberhasilan kegiatan ini sangat dipengaruhi oleh pendekatan pembelajaran yang digunakan selama proses sosialisasi dan pelatihan. Pendekatan praktis dan interaktif terbukti efektif dalam menjembatani kesenjangan literasi digital di kalangan pelaku usaha mikro. Materi disampaikan melalui metode demonstrasi langsung, studi kasus, dan simulasi, sehingga peserta tidak hanya menerima teori, tetapi juga langsung mempraktikkannya dalam konteks usaha masing-masing. Dengan demikian, pembelajaran menjadi lebih kontekstual dan aplikatif.

Keberhasilan kegiatan ini sangat dipengaruhi oleh pendekatan pembelajaran yang digunakan selama proses sosialisasi dan pelatihan. Pendekatan praktis dan interaktif terbukti efektif dalam menjembatani kesenjangan literasi digital di kalangan pelaku usaha mikro. Materi disampaikan melalui metode demonstrasi langsung, studi kasus, dan simulasi, sehingga peserta tidak hanya menerima teori, tetapi juga langsung mempraktikkannya dalam konteks usaha masing-masing. Dengan demikian, pembelajaran menjadi lebih kontekstual dan aplikatif.

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Kegiatan sosialisasi dan pendampingan berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital marketing bagi pelaku usaha laundry. Mereka kini lebih siap dan percaya diri dalam menggunakan media sosial untuk promosi, memperluas jangkauan pelanggan, serta meningkatkan citra dan reputasi usaha secara online.

Kegiatan ini sebaiknya dilanjutkan dengan pelatihan lanjutan yang membahas strategi konten dan analisis performa media sosial agar pelaku usaha dapat mengoptimalkan promosi digital secara berkelanjutan. Selain itu, kegiatan serupa perlu direplikasi untuk UMKM lain yang belum memanfaatkan media digital secara maksimal. Pendampingan berkala juga disarankan guna memastikan konsistensi pengelolaan akun bisnis. Terakhir, diperlukan kolaborasi dengan instansi terkait agar pelaku usaha mendapatkan dukungan berkelanjutan dalam pengembangan usaha berbasis digital.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terimakasih kepada 1) pelaku UMKM Laundry rembulan, dan clean expres yang telah bersedia dalam segala kegiatan yang di lakukan. Kegiatan ini terselenggara dengan lancar berkat dukungan dan partisipasi pelaku UMKM. 2)Kepada dosen pembimbing, di karnakan sudah membantu proses pembuatan jurnal ini serta penyempurnaannya. 3) semua pihak yang membantu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Jeklin, A., Bustamante Farías, Ó., Saludables, P., Para, E., Menores, P. D. E., Violencia, V. D. E., Desde, I., Enfoque, E. L., En, C., Que, T., Obtener, P., Maestra, G. D. E., & Desarrollo, E. N. (2016). *Konsep Pendampingan. Correspondencias & Análisis*, 15018, 1–23.
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi - Kominfo Targetkan 30 Juta UMKM Adopsi Teknologi Digital pada 2024.* (n.d.).
- Lasmini. (2023). *Sosialisasi Pembiayaan Akad Murabahah Pada Bank Syariah Bagi Masyarakat Kelurahan Panorama Kota Bengkulu*. 1(0), 1–31.
- Maidiana, M. (2021). Penelitian Survey. *ALACRITY: Journal of Education*, 1(2), 20–29. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.23>
- Penasaran! Kenapa Bisnis Laundry Menjadi Jenis Usaha yang Sangat Dicari - Saku Laundry.* (n.d.).
- Rachmawati, I. N. (2007). Data Collection in Qualitative Research: Interviews. *Indonesian Journal of Nursing*, 11(1), 35–40.
- Usaha Laundry, Pengertian, Jenis, Kelebihan dan Kekurangannya.* (n.d.).