

EVALUASI PENGEMBANGAN UMKM LAUNDRYKLIN MENANGGAL KOTA SURABAYA PROVINSI JAWA TIMUR

Hilmi Rabbani¹, Muhammad Asyrafurrahim², Favian Novarinoaly³,
Muhammad Rafi⁴, Muhammad Haris⁵, Reza Rajhendra⁶

^{1,2,3,4,5,6)} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya, Indonesia

e-mail:hilmihilzah1@gmail.com

ABSTRACT

This report analyzes, observes, and interviews the owner of LaundryKlin to understand the situation and formulate an appropriate strategy. LaundryKlin, a laundry MUKM in Menanggal, Surabaya. The strategy recommended in this report aims to maximize LaundryKlin's positive potential and increase its competitiveness amidst the increasingly fierce competition. LaundryKlin faces several obstacles in its business development, namely marketing limitations that only use brochures and limited human resources. In addition, the emergence of three new competitors in the area poses a threat to LaundryKlin's business sustainability. Diversify marketing strategies by utilizing social media, online platforms, and creative promotions. Increase brand awareness through various branding and promotional efforts. Utilize technology to improve operating efficiency and provide convenience for customers. By implementing these strategies, LaundryKlin is expected to maximize its positive potential, increase its competitiveness, and achieve success in the future.

Keywords : Business strategy, Improving competitiveness, Laundry, Marketing diversification, Service, UMKM

ABSTRAK

Laporan ini menganalisis, mengamati, dan mewawancarai pemilik LaundryKlin untuk memahami situasi dan merumuskan strategi yang tepat. LaundryKlin, sebuah MUKM laundry di Menanggal, Surabaya. Strategi yang direkomendasikan dalam laporan ini bertujuan untuk memaksimalkan potensi positif LaundryKlin dan meningkatkan daya saingnya di tengah persaingan yang semakin ketat. Menghadapi beberapa kendala dalam pengembangan usahanya, yaitu keterbatasan pemasaran yang hanya menggunakan brosur dan sumber daya manusia yang terbatas. Selain itu, munculnya tiga pesaing baru di area tersebut menjadi ancaman bagi keberlangsungan usaha LaundryKlin. Melakukan diversifikasi strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial, platform online, dan promosi kreatif. Meningkatkan brand awareness melalui berbagai upaya branding dan promosi. Memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasi dan memberikan kemudahan bagi pelanggan. Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut, LaundryKlin diharapkan dapat memaksimalkan potensi positifnya, meningkatkan daya saingnya, dan meraih kesuksesan di masa depan.

Kata Kunci : Diversifikasi pemasaran, Laundry, Meningkatkan daya saing, Pelayanan, Strategi bisnis, UMKM.

PENDAHULUAN

LaundryKlin Menanggal terletak di selatan kota Surabaya, tepatnya di Jl. Cipta Menanggal Utara No. 58B, Kel. Menanggal, Kec. Gayungan, Surabaya, Jawa Timur. Daerah kelurahan Menanggal memiliki potensi ekonomi yang tinggi karena terdapat perumahan padat penduduk, Rusun Menanggal, PGRI Adi Buana, SMAN 15 Surabaya, SMA Intensif Taruna Pembangunan, MAG Tower, dan BNI Graha Pangeran. Sebagai daerah gerbang menuju kota Surabaya, rata-rata mata pencarian penduduk sekitar adalah sebagai PNS, Karyawan Swasta, Pedagang, dan juga TNI/Polri yang tinggal di sekitar lokasi. Lokasi tersebut sangat mendukung karena terletak di pemukiman padat penduduk tetapi tantangan dari lokasi LaundryKlin Menanggal sendiri yaitu jika kawasan tersebut sedang ramai, para customer yang membawa mobil terkendala saat mencari parkir sehingga harus memarkirkan mobilnya agak jauh dari lokasi laundry.

Berdasarkan hasil observasi kami, kendala utama yaitu karena adanya persaingan antar laundry pada radius 1 Km sehingga LaundryKlin Menanggal hanya memiliki pelanggan tetap dan sedikit pelanggan baru. Selain itu, masalah pada aspek pemasaran juga menjadi salah satu masalah utama karena media pemasaran dari LaundryKlin Menanggal hanya meliputi media pemasaran konvensional (offline) dan kurangnya pemahaman mengenai media pemasaran online seperti melalui Instagram, Tiktok, dll. Pada aspek Sumber Daya Manusia sendiri terdapat kendala dari kedua karyawan karena kedua karyawan tersebut adalah sepasang suami istri, jadi ketika

kedua karyawan memiliki kendala ataupun masalah dirumah seperti contohnya: jika anak dari karyawan sakit, maka seringkali kedua karyawan tersebut tidak masuk kerja. Pada aspek Operasional, LaundryKlin Menanggal memiliki permasalahan yaitu semua bahan baku seperti deterjen dan pewangi harus dibeli dari pewaralaba yang membutuhkan waktu 1-2 hari karena harus dikirim dari Jakarta. Sedangkan pada aspek Keuangan, Laundry Klin tidak memiliki masalah di aspek keuangan karena pencatatan keuangan dari LaundryKlin Menanggal sendiri sudah bagus dan sudah menggunakan sistem pembayaran digital. Penelitian ini berlandaskan Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Undang-undang ini menekankan pentingnya pemberdayaan UMKM melalui pembinaan, fasilitasi, dan peningkatan akses terhadap pasar.

Dalam konteks strategi pemasaran, penelitian ini mengacu pada teori Digital Marketing. Teori ini menekankan pentingnya pemanfaatan platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Selain itu, solusi yang kami berikan pada aspek Sumber Daya Manusia kami menyarankan pemilik dari LaundryKlin Menanggal untuk mencari pegawai cadangan (freelancer). Pada aspek operasional kami menyarankan kepada LaundryKlin Menanggal untuk membeli sabun dan deterjen dengan komposisi dan pengharum yang mirip, karena pada kontrak dengan pewaralaba tidak dijelaskan bahwa penerima waralaba diwajibkan untuk membeli inventory melalui pewaralaba. Dan yang terakhir pada aspek keuangan kami tidak memberikan solusi apa-apa karena pemilik dari LaundryKlin Menanggal merasa tidak memiliki masalah pada aspek keuangan.

Tujuan Pelaksanaan Proyek ini adalah untuk memenuhi syarat mata kuliah Manajemen Usaha Kecil dan Menengah pada semester 4 tahun 2023, kami sebagai mahasiswa berupaya untuk mengetahui dan memberikan solusi yang tepat guna menjawab permasalahan yang ada agar UMKM dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Selain itu, kami juga berusaha untuk merealisasikan strategi yang telah kami buat, baik dari segi pemasaran, keuangan, maupun strategi peningkatan kualitas sumber daya manusia, yang dapat membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh LaundryKlin Menanggal

METODE

Metode pelaksanaan proyek ini dirancang berdasarkan prinsip 5W-1H (What, Why, When, Where, Who, dan How) untuk memberikan gambaran yang jelas dan terstruktur mengenai tahapan yang dilakukan selama penelitian di LaundryKlin Menanggal. Proyek ini dimulai dengan survei awal pada tanggal 26 April 2024, dan berakhir pada tanggal 24 Mei 2024. Survei awal ini dilakukan untuk mengumpulkan data dasar mengenai kondisi LaundryKlin Menanggal dan mengidentifikasi masalah-masalah yang dihadapi oleh Kak Shesil, selaku pemilik dan pengelola. Metode yang digunakan untuk menggali informasi dari Kak Shesil adalah wawancara (*interview*) dan observasi langsung di lokasi UMKM LaundryKlin Menanggal. Survei dan observasi lapangan dilakukan pada tanggal 26 April 2024 hingga tanggal 24 Mei 2024. Kelompok kami melakukan observasi langsung terhadap kondisi fisik LaundryKlin Menanggal, termasuk fasilitas, infrastruktur, dan aktivitas sehari-hari. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi operasional dan kualitas layanan yang diberikan. Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh LaundryKlin Menanggal untuk mengembangkan solusi yang sesuai.

Menurut Kitzinger (2021), wawancara kelompok adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan diskusi kelompok kecil yang terstruktur, yang memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi sikap, persepsi, dan pengalaman secara mendalam. Dalam hal ini, kami melakukan wawancara dengan pemilik usaha yaitu Kak Shesil, dilakukan untuk menggali lebih dalam mengenai masalah yang dihadapi dari sudut pandang pengelola. Pertanyaan-pertanyaan mencakup berbagai aspek operasional dan manajerial untuk memahami tantangan yang ada secara komprehensif terkait permasalahan yang dialami, mulai dari masalah sumber daya manusia, operasional, keuangan, dan pemasaran. Tahap terakhir dari proyek ini adalah penyusunan laporan akhir yang mencakup temuan, analisis, dan rekomendasi. Penyusunan laporan akhir ini bertujuan untuk memberikan panduan langkah-langkah implementasi yang jelas, sehingga LaundryKlin Menanggal dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi dan meningkatkan kinerjanya. Dengan pendekatan yang terstruktur dan komprehensif ini, diharapkan

bahwa rekomendasi yang diberikan dapat membantu LaundryKlin Menanggal dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saingnya di pasar.

Hasil dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan profil UMKM LaundryKlin Menanggal, identifikasi Masalah, solusi, dan implementasi hasil yang telah dilakukan oleh mahasiswa.

Profil UMKM

- Nama Usaha	: LaundryKlin
- Produk	: Laundry
- Lokasi	: Jl. Cipta Menanggal Utara No.58b, Menanggal, Gayungan
- Jumlah Pegawai	: 2 orang
- Persediaan	: Deterjen, Sabun, Pewangi, Pelembut, Pemutih, Struk, Gas
- Peralatan	: Mesin cuci, Mesin pengering, Setrika, Timbangan, Keranjang
- Harga	: Rp6.000 - Rp15.000 (per kilogram)
- Omzet per bulan	: Rp8.000.000
- Pencatatan Keuangan	: Manual

Identifikasi Masalah

Pada tahap ini, mahasiswa melakukan observasi dan wawancara secara langsung kepada para pekerja dan pemilik usaha untuk mengetahui secara langsung terkait masalah-masalah yang ada pada UMKM LaundryKlin Menanggal. Mahasiswa melakukan proses identifikasi permasalahan berdasarkan 4 aspek, yaitu operasional, pemasaran, sumber daya manusia dan keuangan.

Pada aspek operasional Laundry Klin menghadapi beberapa masalah yang dapat mempengaruhi efisiensi operasionalnya. Pertama, sebagai UMKM waralaba atau franchise, Laundry Klin harus membeli semua bahan baku seperti deterjen dan pewangi dari pewaralaba yang berada di Jakarta. Proses pengiriman ini membutuhkan waktu 1-2 hari, sehingga menyebabkan ketidakefisienan dalam operasional sehari-hari. Kedua, proses pengiriman laundry kurang terstruktur dan efisien, yang berdampak pada kualitas layanan. Selain itu, terdapat masalah kesalahan dalam proses laundry, seperti pakaian yang tidak dicuci bersih, pakaian yang rusak, atau pakaian yang tertukar. Hal ini tentu mengurangi kepuasan pelanggan dan kredibilitas bisnis. Adanya keterlambatan dalam menyelesaikan order laundry juga menjadi masalah serius, karena dapat menimbulkan ketidakpuasan pelanggan. Terakhir, kekurangan persediaan bahan-bahan laundry, seperti deterjen, pewangi, dan pelembut, sering kali terjadi, yang menghambat kelancaran operasional dan pelayanan Laundry Klin.

Pada aspek pemasaran mahasiswa mengidentifikasi beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Laundry Klin. Pertama, Laundry Klin terletak di daerah perumahan yang memiliki banyak pesaing dalam radius 1-2 kilometer. Hal ini menyebabkan Laundry Klin kurang dalam branding dan hanya mengandalkan pelanggan yang datang secara alami. Kedua, media promosi yang digunakan oleh Laundry Klin Menanggal hanya berupa brosur, yang membuat upaya pemasaran menjadi kurang efektif. Selain itu, Laundry Klin tidak memiliki strategi pemasaran yang jelas dan terarah, yang diperlukan untuk membedakan dirinya dari pesaing dan menarik lebih banyak pelanggan. Terakhir, Laundry Klin tidak menggunakan saluran pemasaran yang tepat untuk menjangkau target pasar, sehingga peluang untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan memperluas jangkauan pasar menjadi terbatas.

Pada aspek Sumber Daya Manusia pemilik UMKM Laundry Klin menghadapi beberapa masalah terkait Sumber Daya Manusia. Pertama, pemilik ingin mencari pengganti karyawan lelaki karena dua karyawan yang saat ini bekerja merupakan pasangan suami istri. Jika anak mereka sakit, hal ini menjadi kendala bagi operasional UMKM. Kedua, pemilik mengalami kesulitan dalam mencari karyawan cadangan yang dapat diandalkan untuk mengisi kekosongan saat diperlukan. Selain itu, terdapat kesulitan dalam menemukan kandidat yang tepat dengan keterampilan dan pengalaman yang sesuai untuk pekerjaan di Laundry Klin. Program pelatihan dan pengembangan karyawan yang kurang memadai juga menjadi masalah, sehingga karyawan yang ada tidak dapat meningkatkan keterampilan mereka secara optimal. Terakhir, kurangnya

kebijakan dan peraturan yang jelas terkait SDM menyebabkan ketidakjelasan dalam manajemen karyawan, yang dapat mengurangi efisiensi dan produktivitas operasional.

Pada aspek keuangan mahasiswa belum menemukan masalah yang dihadapi oleh LaundryKlin sendiri, karena sistem pencatatan keuangan yang dimiliki sudah cukup baik dan menggunakan sistem pembayaran digital. Selain itu LaundryKlin sendiri adalah perusahaan waralaba dan menurut hasil wawancara yang dilakukan, pemilik usaha menyatakan bahwa modal awal yang dibutuhkan tidak cukup besar, sehingga sampai saat ini tidak ada kendala keuangan yang dialami.



Gambar 1. Proses Identifikasi Permasalahan UMKM Laundry Klin Menanggal

Solusi Dari Identifikasi Masalah

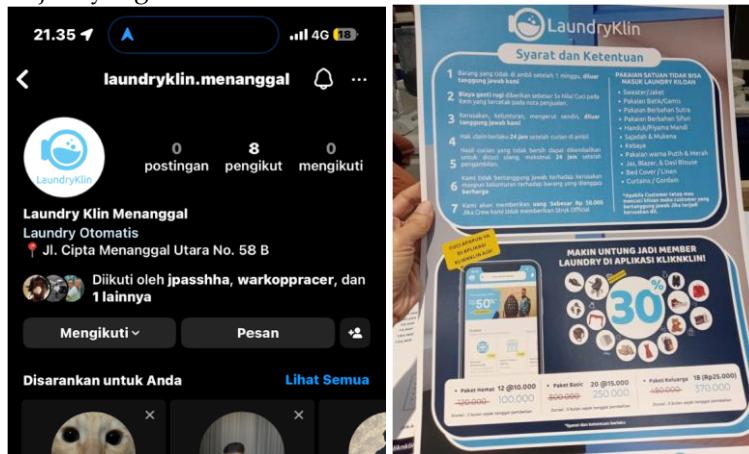
Berdasarkan identifikasi masalah yang ditemukan ada beberapa solusi yang diusulkan oleh mahasiswa untuk mengatasi permasalahan UMKM LaundryKlin dari aspek operasional, pemasaran, sumber daya manusia dan keuangan. Pada aspek operasional, mahasiswa menyarankan untuk melakukan pembuatan Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam penyelesaian pesanan laundry yang telah diterima. Hal ini dapat menjaga loyalitas dan kepercayaan pelanggan serta dapat memberikan kepuasaan bagi pelanggan. Standarisasi didefinisikan sebagai kegiatan yang memunculkan solusi untuk aplikasi berulang pada masalah dalam berbagai disiplin ilmu termasuk sains dan bertujuan untuk mencapai tingkat keteraturan yang optimal dalam konteks tertentu (Manghani, K.,2011). Pembuatan SOP dapat membantu pemilik menghindari adanya ulasan yang kurang baik dari pelanggan, serta dapat menjaga kepercayaan dari pelanggan.

Pada aspek pemasaran, mahasiswa membuat akun media sosial untuk LaundryKlin Menanggal. Sosial Media mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap peningkatan penjualan pada Bisnis Laundry (Susanti, R. D., Rumaningsih, M., & Widodo, Z. D. ,2023) . Hal ini dilakukan untuk membantu LaundryKlin Menanggal lebih dikenal oleh masyarakat luas dan memperluas jangkauan pemasaran produknya, serta membuat marketing planning yang terstruktur agar pemasaran melalui media online atau offline dapat dilakukan dengan konsisten. Pada aspek sumber daya manusia, mahasiswa memberikan usulan untuk mengadakan pelatihan karyawan yang dapat meningkatkan kualitas dan kemampuan karyawan agar dapat menghasilkan sumber daya manusia yang lebih terampil dan kompeten. Hal ini merupakan langkah penting dalam mengembangkan sumber daya manusia yang terampil dan produktif. Pelatihan juga berdampak pada produktivitas dan sikap karyawan terhadap pekerjaannya (Byars et al., 2016). Hal ini dilakukan dengan memberikan kesempatan kepada karyawan untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang dibutuhkan untuk menjalankan tugas mereka dengan optimal. Dalam segi keuangan, mahasiswa menyarankan adanya pelatihan dan edukasi tentang pencatatan keuangan yang lebih terperinci seperti laporan laba rugi, arus kas, dan neraca usaha agar pencatatan keuangan yang dimiliki dapat lebih baik lagi. Solusi-solusi ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja dan keberlanjutan UMKM LaundryKlin Menanggal.

Implementasi Hasil

Berdasarkan identifikasi masalah yang sedang dihadapi oleh MUKM LaundryKlin Menanggal serta solusi yang telah disarankan, mahasiswa berfokus pada permasalahan yang menurut mahasiswa cukup krusial pada bidang pemasaran. Langkah ini diwujudkan dengan pembuatan akun sosial media sebagai media pemasaran LaundryKlin, mahasiswa juga melakukan pembuatan desain poster yang baru untuk memberi kesan berbeda dan menarik. hal ini kami

lakukan agar LaundryKlin dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan dapat memperluas jangkauan pemasaran jasa yang ditawarkan.



Gambar 2. Pembuatan Akun Sosial Media dan Desain Poster

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis dan observasi kelompok kami, UMKM Klin Menanggal Laundry mempunyai potensi besar untuk berkembang menjadi usaha yang lebih sukses. LaundryKlin sendiri terletak di lokasi yang strategis dan mudah diakses oleh pelanggan.
2. Mahasiswa memberikan alternatif solusi yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kualitas operasional dan mengurangi permasalahan yang terjadi.
3. Pembuatan akun sosial media agar LaundryKlin Menanggal dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan memperluas jangkauan pemasaran produknya.
4. Mahasiswa memberikan saran pembuatan Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk memajukan dan menjaga kualitas di LaundryKlin Menanggal. Dengan SOP yang jelas dan terorganisir, setiap pengaturan operasional dapat dilakukan dengan konsisten dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, sehingga menjamin kualitas yang diberikan secara terus menerus sesuai standar dan konsisten.

Saran

1. Saran bagi akademisi Universitas Airlangga, laporan ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman tentang kondisi UMKM, mengenali permasalahan yang ada, dan menyarankan solusi dari berbagai aspek seperti operasional, pemasaran, sumber daya manusia (SDM), dan keuangan. Berdasarkan hasil laporan penelitian ini, sangat dianjurkan agar Universitas Airlangga tidak hanya mempertahankan tetapi juga meningkatkan Mata Kuliah Manajemen Usaha Kecil dan Menengah. Mata kuliah ini sangat penting karena memberikan mahasiswa kesempatan untuk menghadapi tantangan nyata yang dihadapi UMKM serta membekali mereka dengan keterampilan analitis dan solusi praktis.
2. Saran Bagi Pemerintah Kota Surabaya, laporan ini memberikan beberapa rekomendasi untuk mendukung dan memperkuat usaha seperti LaundryKlin Menanggal. Diperlukan peningkatan infrastruktur parkir dengan menyediakan fasilitas parkir yang memadai di sekitar area usaha kecil dan menengah, terutama di daerah padat penduduk, untuk memudahkan akses bagi pelanggan. Pemerintah menyelenggarakan pelatihan dan workshop gratis atau dengan biaya subsidi tentang pemasaran digital, sehingga usaha seperti LaundryKlin Menanggal dapat memanfaatkan platform online untuk memperluas jangkauan pasar mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiningrum, A., Isyanto, P., & Yani, D. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN PADA PELAKU USAHA LAUNDRY (GRIYA LAUNDRY KARAWANG). *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 220-226.
- Byars, L.L., Rue, L.W. (2016). *Human Resource Management.*, 11th ed., New York: McGraw-Hill International.
- Dwi Astuti et al. (2018). The Impact of Inventory Management on Profitability of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia Dwi Astuti et al. (2018)
- Kitzinger, J. (2021). Focus groups. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (6th ed., pp. 636-654). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Manghani, K. (2011). Quality assurance: Importance of systems and standard operating procedures. *Perspectives in clinical research*, 2(1), 34-37.
- Muhammad N. Saleh et al. (2019). An Analysis of Inventory Management Practices in Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Indonesia"
- Pemerintah Indonesia. Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Pasal 1).
- Susanti, R. D., Rumaningsih, M., & Widodo, Z. D. (2023). Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Penjualan Jasa Laundry (Study Kasus Pada Queen Laundry). *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 10(1), 57-69.