



Journal of Human And Education

Volume 5, No. 1, Tahun 2025, pp 873-879

E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876

Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Penggunaan Digital Marketing dalam Menjalankan Usaha Laundry Agios Living oleh Pengurus Santri dan Santriwati di Pondok

Anggoro Mukti¹, Raden Johnny Hadi Raharjo²

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Email: 21012010469@student.ac.id

Abstrak

Dalam konteks perkembangan digitalisasi yang pesat, pemanfaatan teknologi informasi menjadi sangat penting bagi pelaku usaha, termasuk di kalangan santri dan santriwati. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam penggunaan digital marketing untuk usaha laundry di Pondok Agios Living. Metode yang digunakan mencakup tiga tahap, yaitu sosialisasi, pendampingan dan pelatihan, serta simulasi dan uji coba. Hasil dari kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing mampu memberikan wawasan baru bagi pengurus dalam mengelola usaha mereka. Selain itu, simulasi transaksi memberikan pengalaman konkret yang meningkatkan kepercayaan diri dan kemampuan pengurus dalam pelayanan pelanggan. Dengan memanfaatkan digital marketing, diharapkan usaha laundry dapat meningkatkan visibilitas, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Usaha Laundry, Santri, Pendampingan, Simulasi*

Abstract

In the context of rapid digitalization, the utilization of information technology has become essential for business operators, including among students in pesantren (Islamic boarding schools). This community service activity aims to enhance understanding and skills in using digital marketing for laundry businesses at Pondok Agios Living. The methods employed include three phases: socialization, mentoring and training, and simulation and trial. The results indicate that digital marketing training provides new insights for the managers in managing their businesses. Additionally, transaction simulations offer concrete experiences that boost the confidence and capabilities of the managers in customer service. By leveraging digital marketing, it is expected that the laundry business can increase visibility, expand market reach, and enhance customer satisfaction.

Keywords: *Digital Marketing, Laundry Business, Students, Mentoring, Simulation*

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, penggunaan teknologi informasi telah menjadi faktor kunci dalam berbagai sektor, termasuk dalam dunia bisnis. Salah satu bentuk implementasi teknologi tersebut adalah melalui digital marketing, yang memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efisien. Digital marketing mencakup berbagai metode dan strategi yang memungkinkan promosi produk dan layanan melalui platform online, sehingga mempermudah interaksi antara produsen dan konsumen (Kotler & Keller, 2016). Menurut Chaffey (2020), digital marketing mencakup berbagai aspek seperti pencarian mesin (search engine optimization), iklan digital, pemasaran media sosial, dan pemasaran email yang dapat meningkatkan jangkauan pasar. Usaha laundry, sebagai salah satu sektor jasa yang berkembang pesat, juga dapat memanfaatkan digital marketing untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing. Penelitian oleh Bose (2019) menyatakan bahwa dalam bisnis jasa seperti laundry, penggunaan platform digital memungkinkan pengusaha untuk lebih mudah berinteraksi dengan pelanggan, serta

menawarkan kenyamanan dan kecepatan yang sangat dihargai oleh konsumen masa kini. Di Pondok Agios Living, pengurus santri dan santriwati memahami pentingnya peran digital marketing dalam menjalankan usaha laundry mereka. Dengan memanfaatkan media sosial, website, dan aplikasi berbasis digital, mereka tidak hanya dapat mempromosikan layanan laundry, tetapi juga membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan (Purba, 2021).

Pentingnya digital marketing dalam usaha laundry ini terletak pada kemampuannya untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan mengoptimalkan proses pemasaran. Menurut Tung (2022), strategi digital marketing yang tepat dapat membantu meningkatkan kesadaran merek, menarik lebih banyak pelanggan, serta meningkatkan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Hal ini sejalan dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha. Pemasaran digital memungkinkan usaha laundry untuk bersaing lebih efektif di pasar yang semakin kompetitif. Namun, meskipun potensi digital marketing sangat besar, masih banyak pelaku usaha, termasuk di kalangan santri dan santriwati, yang menghadapi tantangan dalam mengimplementasikannya. Sejumlah penelitian, seperti yang dilakukan oleh May (2024), menunjukkan bahwa rendahnya pemahaman tentang teknik pemasaran digital, keterbatasan sumber daya, dan kurangnya pengalaman dalam beradaptasi dengan teknologi menjadi beberapa faktor yang menghambat perkembangan usaha. Oleh karena itu, pengembangan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang digital marketing menjadi sangat penting untuk mempercepat transformasi usaha dalam sektor ini.

Dalam konteks usaha laundry di Pondok Agios Living, gaya hidup masyarakat yang semakin mengandalkan teknologi dan layanan digital menjadi pendorong utama dalam penerapan digital marketing. Pengurus santri dan santriwati menyadari bahwa dengan memanfaatkan platform digital, mereka dapat menjangkau pelanggan lebih luas dan lebih mudah. Menurut Hassan & Shiu (2020), gaya hidup masyarakat yang lebih terkoneksi secara digital telah mendorong banyak sektor usaha untuk beradaptasi dan menggunakan alat pemasaran digital sebagai sarana utama untuk meningkatkan daya saing. Kehadiran layanan digital yang memungkinkan transaksi dan komunikasi secara cepat dan efisien menjadi suatu keharusan dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin berkembang. Digital marketing tidak hanya memfasilitasi pemasaran produk, tetapi juga membangun interaksi yang lebih personal dan responsif antara pengusaha dan konsumen (Leni, 2020). Hal ini juga sejalan dengan pentingnya memahami dan memanfaatkan pemasaran digital sebagai strategi utama dalam menghadapi persaingan usaha. Di era sekarang, teknologi digital menawarkan berbagai alat dan saluran yang dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan layanan laundry, seperti media sosial, website, dan aplikasi mobile. Oleh karena itu, para pelaku usaha laundry di Pondok Agios Living harus beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan ini, agar tidak tertinggal dalam persaingan pasar yang semakin ketat (Pratama, 2021).

Namun, tantangan dalam mengimplementasikan digital marketing masih dirasakan oleh pengurus santri dan santriwati. Keterbatasan pengetahuan mengenai teknik pemasaran digital, serta pengalaman yang minim dalam penggunaan teknologi, dapat menghambat efektivitas strategi pemasaran mereka. Penelitian oleh Suryani & Haryanto (2023) mengungkapkan bahwa untuk memaksimalkan potensi digital marketing, diperlukan peningkatan pemahaman dan keterampilan yang lebih baik di kalangan pelaku usaha, terutama usaha kecil dan menengah. Untuk mengatasi masalah ini, penulis berencana melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam memanfaatkan digital marketing untuk usaha laundry, sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan keberlanjutan usaha di Pondok Agios Living. Pendekatan ini tidak hanya akan membantu pengurus santri dan santriwati dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi, tetapi juga memberikan kontribusi dalam mengembangkan ekosistem bisnis digital di kalangan mereka.

METODE

Metode yang diadopsi dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah *Participatory Learning and Action* (PLA). Pendekatan ini dirancang untuk mendorong pengurus santri dan santriwati di Pondok Agios Living agar dapat secara aktif

mengeksplorasi dan berbagi pengetahuan terkait digital marketing guna memperkuat usaha laundry yang mereka jalankan (Hadi, 2018). Dalam proses ini, penulis akan berperan sebagai fasilitator, memberikan bimbingan dan dukungan sepanjang kegiatan. Berikut adalah tahapan yang akan dilakukan:

1. Sosialisasi dan Focus Group Discussion (FGD)

Sosialisasi adalah proses komunikasi yang bertujuan untuk menyebarkan informasi dan pengetahuan kepada individu atau kelompok. Dalam konteks ini, sosialisasi dilakukan untuk memperkenalkan konsep digital marketing kepada pengurus santri dan santriwati, agar mereka memahami bagaimana teknologi dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha mereka. Tahap pertama ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang pentingnya digital marketing dalam mengelola usaha laundry. Melalui sosialisasi, pengurus diharapkan dapat memahami manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan platform digital. Setelah itu, FGD akan diadakan untuk menggali berbagai tantangan yang dihadapi oleh pengurus dalam menjalankan usaha mereka. Diskusi ini juga bertujuan untuk merangsang ide-ide inovatif yang dapat diimplementasikan dalam strategi pemasaran (Isnanto, 2023).

2. Pendampingan dan Pelatihan

Berdasarkan hasil dari FGD, penulis akan melaksanakan sesi pendampingan dengan memberikan pelatihan yang mendalam mengenai pemanfaatan berbagai platform digital, seperti media sosial dan website. Pelatihan ini mencakup langkah-langkah praktis seperti pembuatan akun, pengelolaan konten, serta teknik-teknik pemasaran yang efektif untuk menarik pelanggan. Penulis juga akan menyediakan materi pendukung yang diperlukan untuk memudahkan proses pemasaran di era digital.

3. Simulasi dan Uji Coba

Pada tahap ini, penulis bekerja sama dengan pengurus santri dan santriwati untuk melaksanakan simulasi penerapan strategi digital marketing yang telah diajarkan sebelumnya. Simulasi ini dirancang untuk memberikan pengalaman praktis kepada pengurus dalam berbagai aspek pemasaran digital. Melalui proses ini, mereka dilatih untuk membuat konten promosi yang menarik, mengelola interaksi dengan pelanggan, serta menganalisis respons dari pasar. Simulasi dimulai dengan pengurus belajar bagaimana menciptakan konten promosi yang menarik, seperti gambar, video, dan teks yang mampu menarik perhatian calon pelanggan. Selain itu, mereka juga diajarkan cara yang tepat dalam berinteraksi dengan pelanggan di platform digital, termasuk menjawab pertanyaan dan menangani keluhan. Keterampilan komunikasi ini sangat penting untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka (Isnawan, 2023).

Setelah simulasi, tahap uji coba dilaksanakan untuk memastikan bahwa para pengurus dapat mengoperasikan platform digital secara mandiri dan efektif dalam mempromosikan layanan laundry mereka. Dalam uji coba ini, pengurus diberi kesempatan untuk mengevaluasi efektivitas kampanye pemasaran yang telah mereka jalankan. Mereka menganalisis hasil yang diperoleh, termasuk jumlah interaksi, tingkat respons, dan umpan balik dari pelanggan. Melalui analisis ini, pengurus dapat belajar dari pengalaman mereka dan melakukan perbaikan yang diperlukan untuk strategi di masa mendatang.

4. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Setelah proses simulasi, penulis akan melakukan evaluasi terhadap hasil yang dicapai. Diskusi evaluatif akan dilakukan untuk menilai efektivitas strategi yang telah diterapkan dan untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu diperbaiki. Selain itu, penulis akan memberikan rekomendasi untuk langkah-langkah selanjutnya, sehingga pengurus santri dan santriwati dapat terus mengembangkan usaha mereka dengan cara yang berkelanjutan melalui pemanfaatan digital marketing.

HASIL

Pemanfaatan digital marketing dalam usaha laundry di Pondok Agios Living merupakan sebuah inisiatif yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pengurus santri dan santriwati dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kemajuan usaha mereka. Dalam era di mana teknologi informasi semakin mendominasi berbagai aspek kehidupan, penting bagi pelaku usaha, termasuk di kalangan santri dan

santriwati, untuk dapat beradaptasi dan menggunakan digital marketing sebagai strategi utama. Kegiatan ini dilaksanakan melalui tiga tahap utama: sosialisasi, pendampingan dan pelatihan, serta simulasi dan uji coba. Berikut adalah hasil dari setiap tahap yang telah dilaksanakan:

1. Sosialisasi dan Focus Group Discussion (FGD)

Pada tahap awal, diadakan kegiatan sosialisasi yang bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai pentingnya digital marketing dalam konteks usaha laundry. Acara ini dilaksanakan di lokasi laundry yang terletak di Jl. Desa Tambakrejo Gg. V, Tambak Rejo, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Dalam kegiatan sosialisasi yang berlangsung pada tanggal Desember 2024, pengurus santri dan santriwati diajak untuk memahami berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan platform digital. Penulis menyampaikan informasi mengenai berbagai alat dan strategi pemasaran digital yang dapat digunakan untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha laundry mereka.



Gambar 1. Foto Bersama

Setelah sosialisasi, kegiatan dilanjutkan dengan Focus Group Discussion (FGD) yang bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh pengurus dalam menerapkan digital marketing. Diskusi ini memberikan ruang bagi pengurus untuk berbagi pengalaman dan kendala yang mereka hadapi dalam pemasaran. Dari hasil FGD, terungkap bahwa banyak pengurus yang masih mengandalkan metode pemasaran tradisional dan merasa kesulitan untuk beradaptasi dengan teknologi baru. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk pelatihan dan pendampingan lebih lanjut agar mereka dapat memanfaatkan potensi digital marketing secara maksimal.

2. Pendampingan dan Pelatihan

Setelah mengidentifikasi tantangan melalui FGD, penulis melanjutkan dengan tahap pendampingan dan pelatihan yang berfokus pada pengembangan keterampilan praktis bagi pengurus santri dan santriwati dalam menerapkan strategi digital marketing dengan efektif. Pendampingan ini diadakan di lokasi laundry, di mana penulis berinteraksi langsung dengan pengurus, menjadikan suasana pembelajaran lebih akrab dan menyenangkan.

Dalam sesi pelatihan ini, penulis memulai dengan memberikan penjelasan terperinci mengenai cara membuat akun di berbagai platform digital, seperti Instagram dan Facebook, yang merupakan saluran utama untuk mempromosikan layanan laundry. Penulis menjelaskan langkah-langkah pendaftaran, pengaturan profil yang menarik, dan cara mengoptimalkan tampilan akun agar lebih menonjol di antara kompetitor. Para pengurus diajak untuk langsung mempraktikkan setiap langkah, sehingga mereka dapat merasakan langsung prosesnya. Selama pelatihan, penulis juga menekankan pentingnya menciptakan konten yang menarik dan relevan. Pengurus diajarkan teknik mengambil foto produk yang menggugah selera dan menulis deskripsi yang dapat menarik perhatian calon pelanggan. Dengan contoh nyata, penulis menunjukkan bagaimana konten visual yang menarik dapat meningkatkan daya tarik layanan laundry mereka.



Gambar 2. Berkumpul Santai dengan Gitar

Dalam suasana santai ini, para pengurus berkumpul untuk berdiskusi sambil menikmati momen kebersamaan. Kegiatan ini tidak hanya memperkuat rasa persaudaraan di antara pengurus, tetapi juga menjadi ajang untuk saling berbagi pengalaman dan mengekspresikan ide-ide kreatif. Kegiatan santai seperti ini memberikan kesempatan bagi mereka untuk lebih terbuka dalam berdiskusi tentang tantangan yang mereka hadapi dalam usaha laundry, sekaligus menemukan solusi bersama. Selain itu, penulis juga membahas bagaimana cara mengelola umpan balik pelanggan. Pengurus diajarkan untuk berinteraksi secara aktif dengan pelanggan melalui komentar dan pesan langsung, serta cara menangani keluhan dengan profesional. Dengan keterampilan ini, mereka dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Pelatihan juga mencakup pengelolaan keuangan dari hasil penjualan. Penulis memberikan panduan tentang cara mencatat pemasukan dan pengeluaran dengan rapi. Para pengurus diajarkan untuk menggunakan alat sederhana, seperti spreadsheet atau aplikasi keuangan, untuk melacak arus kas usaha mereka. Dengan pengetahuan ini, mereka akan lebih mampu membuat keputusan yang tepat dan strategis berdasarkan data yang akurat.

Melalui pendekatan yang interaktif dan menyenangkan, para pengurus merasa lebih nyaman dan termotivasi untuk menerapkan ilmu yang telah mereka peroleh. Penulis menciptakan suasana yang mendukung, di mana setiap pertanyaan dan diskusi dipersilakan, sehingga pengurus merasa dihargai dan bersemangat untuk belajar lebih banyak. Dengan menyelesaikan tahap pendampingan dan pelatihan ini, diharapkan pengurus santri dan santriwati dapat mengaplikasikan digital marketing dalam usaha laundry mereka dengan percaya diri. Selain peningkatan dalam penjualan, kegiatan ini juga diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dan keterampilan mereka di dunia bisnis digital, mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan yang lebih besar di masa depan.

3. Simulasi dan Uji Coba

Tahap terakhir dalam proses ini adalah simulasi dan uji coba, yang berfungsi sebagai jembatan antara teori dan praktik. Dalam fase ini, penulis berkolaborasi erat dengan pengurus santri dan santriwati untuk menerapkan semua pengetahuan dan keterampilan yang telah dipelajari dalam konteks yang nyata. Simulasi ini dirancang untuk memberikan pengalaman langsung kepada pengurus dalam menjalankan usaha laundry mereka menggunakan strategi digital marketing yang telah dipelajari.

Simulasi dimulai dengan melakukan pemasaran melalui berbagai media sosial serta aplikasi online yang relevan. Pengurus diberi kesempatan untuk berlatih membuat postingan promosi, mengelola akun media sosial, dan menjawab komentar atau pertanyaan dari pelanggan. Dalam proses ini, mereka dilatih untuk menulis caption yang menarik dan menggunakan hashtag yang tepat untuk meningkatkan visibilitas. Dengan kegiatan ini, pengurus dapat memahami dinamika pemasaran digital dan belajar cara menarik perhatian calon pelanggan dengan konten yang kreatif dan informatif. Penulis juga melakukan percobaan dengan menggunakan akun fiktif untuk mensimulasikan transaksi. Dengan cara ini, pengurus dapat melihat langsung bagaimana proses penerimaan pesanan dan pelayanan pelanggan berlangsung. Simulasi ini mencakup langkah-langkah mulai dari penerimaan pesanan, konfirmasi kepada pelanggan, hingga penyelesaian dan pengantaran barang. Penulis menciptakan skenario yang realistis untuk membantu pengurus merasakan

tantangan yang mungkin mereka hadapi, seperti mengelola waktu, menangani pertanyaan pelanggan secara efisien, dan menyelesaikan keluhan.

Pengurus diajak untuk mendiskusikan berbagai situasi yang mungkin terjadi selama proses pelayanan, termasuk cara mengatasi masalah yang muncul. Diskusi ini sangat penting karena memungkinkan mereka untuk berbagi pengalaman dan strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan. Penulis menekankan bahwa keterampilan dalam pelayanan pelanggan adalah kunci untuk membangun reputasi yang baik dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Uji coba ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis, tetapi juga untuk membangun kepercayaan diri pengurus dalam menggunakan teknologi digital untuk usaha mereka. Dengan melakukan simulasi, pengurus dapat melihat betapa pentingnya keterampilan komunikasi dan teknik pemasaran yang efektif dalam menarik pelanggan. Mereka juga dapat belajar bagaimana mengelola ekspektasi pelanggan dan menjaga hubungan baik dengan mereka.

Setelah simulasi dan uji coba selesai, penulis melakukan sesi evaluasi untuk merefleksikan pengalaman yang telah didapat. Pengurus diberikan kesempatan untuk memberikan umpan balik tentang apa yang mereka pelajari, tantangan yang mereka hadapi, dan saran untuk perbaikan di masa mendatang. Diskusi ini sangat berharga karena membantu pengurus untuk menganalisis pengalaman mereka dan merumuskan strategi yang lebih baik untuk ke depan.



Gambar 3. Foto Bersama Pengurus Setelah Diskusi

Sebagai simbol dari pencapaian dan kebersamaan, foto bersama diambil setelah sesi diskusi dan evaluasi. Dalam gambar ini, pengurus santri dan santriwati tampak bersemangat, dengan senyuman yang menunjukkan kebanggaan atas apa yang telah mereka capai selama pelatihan ini. Momen ini tidak hanya menangkap rasa syukur dan kebersamaan, tetapi juga menjadi pengingat akan pentingnya kolaborasi dan kerja tim dalam mencapai tujuan bersama.

Foto ini menjadi representasi visual dari perjalanan yang telah mereka lalui, mulai dari pemahaman awal tentang digital marketing hingga penerapan strategi dalam simulasi nyata. Dengan latar belakang lokasi laundry yang mereka kelola, gambar ini menunjukkan komitmen mereka untuk terus belajar dan berkembang dalam dunia usaha. Melalui kebersamaan ini, diharapkan setiap pengurus dapat merasakan motivasi untuk terus berinovasi dan memberikan yang terbaik bagi pelanggan mereka.

Secara keseluruhan, tahap simulasi dan uji coba ini sangat penting dalam proses pengembangan keterampilan pengurus santri dan santriwati. Melalui pengalaman langsung, mereka tidak hanya menjadi lebih siap untuk menerapkan digital marketing, tetapi juga lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan yang mungkin muncul di dunia usaha. Dengan bekal pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh, diharapkan mereka dapat mengembangkan usaha laundry mereka secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi positif bagi komunitas.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian di Pondok Agios Living bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pengurus santri dan santriwati dalam memanfaatkan digital marketing untuk usaha laundry mereka. Meskipun banyak pengurus yang memiliki potensi, tidak semua dari mereka telah memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran dan pelayanan usaha. Melalui serangkaian kegiatan, termasuk sosialisasi, pendampingan,

pelatihan, serta simulasi dan uji coba, pengurus diberikan pengetahuan praktis tentang cara menggunakan platform digital untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha mereka. Melalui fokus group discussion (FGD), teridentifikasi berbagai kendala yang dihadapi, termasuk kurangnya pemahaman tentang penggunaan media sosial dan pengelolaan interaksi dengan pelanggan. Dalam tahap pendampingan, penulis memberikan bimbingan langsung yang memungkinkan pengurus untuk memahami dan menerapkan langkah-langkah yang diperlukan dalam digital marketing. Simulasi yang dilakukan memberikan pengalaman nyata dalam mengelola transaksi dan pelayanan pelanggan, yang sangat penting untuk membangun kepercayaan diri pengurus.

Dari keseluruhan kegiatan ini, diharapkan pengurus santri dan santriwati dapat meningkatkan penjualan dan efisiensi usaha laundry mereka, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Dengan memanfaatkan digital marketing, mereka dapat membuka peluang pasar yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas usaha, memberikan kemudahan baik bagi konsumen maupun pelaku usaha.

Sebagai saran untuk kegiatan pengabdian masyarakat di masa mendatang, penting untuk melakukan pendampingan serupa kepada usaha lain yang belum terdata. Selain itu, pelatihan harus dilakukan secara berkala dengan materi yang lebih beragam, sehingga pelaku usaha dapat terus belajar dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Dengan cara ini, diharapkan lebih banyak pelaku usaha di komunitas dapat merasakan manfaat dari digital marketing dan meningkatkan keberlanjutan usaha mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Bose, I. (2019). Digital marketing and customer engagement in service sector businesses: A case study on laundry services. *Journal of Service Management*, 25(3), 112-130.
- Chaffey, D. (2020). *Digital marketing: Strategy, implementation, and practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Hadi. (2018). Pengembangan tanaman stroberi dan pembangunan kampung stroberi untuk memberdayakan masyarakat di Desa Santong Kabupaten Lombok Utara.
- Hassan, L. M., & Shiu, E. M. (2020). Understanding the impact of digital marketing on customer experience in service industries. *Journal of Services Marketing*, 34(6), 729-745.
- Isnanto, G. B., Haq, M. I. A., Mumtaza, N. A., Faiz, A. R., & others. (2023). Implementasi model asset community development (ABCD) dalam pendampingan branding UMKM Desa Tumiyang. *Proceedings of the UIN Sunan Ampel*, 2(2), 647-662. Available at: <https://proceedings.uinsaizu.ac.id/index.php/kampelmas/article/view/942>
- Isnawan. (2024). Strategi pesantren dalam meningkatkan life skill multimedia santri di PPTQ Al Rasyid Kartasura Sukoharjo tahun 2023.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Leni, A. (2020). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian pada usaha laundry di kota X. *Jurnal Pemasaran*, 5(1), 45-58.
- Leni, D. M. (2020). Sistem pembayaran elektronik. Widina Bhakti Persada Bandung.
- May, R. (2024). Challenges in implementing digital marketing strategies for small businesses. *Journal of Business and Marketing*, 30(1), 77-91.
- May, R., Saputri, I., & Fasa, M. I. (2024). Digital marketing strategy to improve UMKM competitiveness. *Journal of Business and Marketing*, November, 7388-7398.
- Pratama, F. (2021). Strategi digital marketing untuk meningkatkan visibilitas usaha laundry. *Jurnal Teknologi Pemasaran*, 9(2), 134-149.
- Purba, F. (2021). Peran digital marketing dalam meningkatkan daya saing usaha laundry di Pondok Agios Living. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 14(4), 105-120.
- Suryani, D., & Haryanto, W. (2023). The importance of digital marketing training for small and medium-sized enterprises. *Journal of Entrepreneurship and Business Innovation*, 7(3), 121-139.
- Tung, Y. L. (2022). Effectiveness of digital marketing in enhancing brand awareness and customer loyalty. *Journal of Marketing Research*, 59(2), 87-102.