



Homepage Journal: <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS>

Penerapan Strategi Digital Marketing pada UMKM Family Car Wash

Implementation of Digital Marketing Strategies in Family Car Wash MSMEs

Christella¹, Lily Purwianti²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Internasional Batam, Jl. Gajah Mada – Baloi-Sei Ladi – Sekupang – Batam

*Corresponding Author: E-mail: christella1818@gmail.com

Artikel Penelitian

Article History:

Received: 22 Sep, 2025

Revised: 16 Nov, 2025

Accepted: 18 Dec, 2025

Kata Kunci:

Pemasaran Digital, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Media Sosial, Sistem Pemesanan Online, Family Car Wash

Keywords:

Digital Marketing, UMKM, Social Media, Online Booking System, Family Car Wash

DOI: [10.56338/jks.v8i12.9665](https://doi.org/10.56338/jks.v8i12.9665)

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, namun masih banyak yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Family Car Wash merupakan salah satu UMKM jasa cuci kendaraan di Kota Batam yang menghadapi permasalahan berupa rendahnya visibilitas digital, keterbatasan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta belum tersedianya sistem pemesanan layanan secara online. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk menerapkan strategi digital marketing guna meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional UMKM Family Car Wash. Metode yang digunakan adalah pengumpulan data primer melalui wawancara dan observasi langsung terhadap aktivitas usaha mitra. Implementasi kegiatan meliputi pembuatan dan optimalisasi profil bisnis pada Google Maps, pengelolaan media sosial Instagram sebagai media promosi, serta penerapan sistem pemesanan online menggunakan Google Forms. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan strategi digital marketing mampu meningkatkan kemudahan akses informasi lokasi usaha, meningkatkan brand awareness, memperluas jangkauan promosi, serta meningkatkan efisiensi pelayanan melalui pengurangan antrean. Selain itu, pemilik UMKM memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola pemasaran digital secara mandiri. Dengan demikian, penerapan strategi digital marketing memberikan kontribusi positif terhadap keberlanjutan dan pengembangan usaha Family Car Wash.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in supporting economic growth; however, many of them have not optimally adopted digital technology. Family Car Wash is an MSME providing vehicle washing services in Batam City that faces several challenges, including low digital visibility, limited use of social media for promotion, and the absence of an online booking system. This Community Service Program aims to implement digital marketing strategies to enhance competitiveness and operational efficiency at Family Car Wash. The study employed primary data collection methods through interviews

and direct observations of the business activities. The implementation included creating and optimizing a business profile on Google Maps, managing Instagram as promotional media, and developing an online booking system using Google Forms. The results indicate that the digital marketing strategy improved location accessibility, increased brand awareness, expanded promotional reach, and enhanced service efficiency by reducing customer queues. Additionally, the business owner gained practical knowledge and skills to manage digital marketing independently. Therefore, the implementation of digital marketing strategies contributes positively to the sustainability and growth of Family Car Wash.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi karena mampu menyerap tenaga kerja serta menyediakan layanan yang dekat dengan kebutuhan masyarakat. Namun, perkembangan teknologi yang semakin pesat menuntut UMKM untuk mampu beradaptasi dengan strategi pemasaran modern berbasis digital agar dapat bertahan dan bersaing secara efektif. Dalam konteks tersebut, pemanfaatan digital marketing, media sosial, dan sistem reservasi online menjadi kebutuhan penting bagi UMKM di era digital saat ini (Putri & Amanda, 2021).

Family Carwash merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam jasa cuci mobil dan motor di Kota Batam. Meskipun secara operasional usaha ini telah berjalan baik dan memiliki lokasi strategis, beberapa permasalahan utama ditemukan terkait rendahnya pemanfaatan teknologi digital. Pertama, Family Carwash belum memiliki profil bisnis di Google Maps sehingga pelanggan baru mengalami kesulitan menemukan lokasi usaha melalui aplikasi navigasi. Padahal, visibilitas digital merupakan komponen penting dalam menarik pelanggan baru, terutama pada bisnis berbasis lokasi (Ramadhan & Setiono, 2020).

Kedua, pemanfaatan media sosial oleh Family Carwash masih sangat terbatas. Pemilik belum memahami strategi konten dan teknik promosi yang efektif di platform seperti Instagram. Padahal, kedua media sosial tersebut terbukti mampu meningkatkan brand awareness, jangkauan pasar, serta interaksi pelanggan bagi pelaku UMKM (Harjanto & Dewi, 2021; Novianti & Pratama, 2023). Konten visual seperti foto maupun video proses layanan merupakan salah satu elemen yang paling menarik perhatian konsumen dan berpengaruh pada keputusan mereka dalam memilih layanan (Sari & Lestari, 2020).

Ketiga, Family Carwash belum menyediakan sistem pemesanan layanan berbasis online. Seluruh proses pelayanan masih dilakukan secara manual dengan metode datang langsung, sehingga sering terjadi antrean panjang terutama pada jam sibuk. Ketiadaan sistem booking menyebabkan ketidaknyamanan bagi pelanggan dan membuat alur kerja karyawan kurang efisien. Menurut Setiawan dan Nurhayati (2023), penerapan sistem pemesanan online dapat meningkatkan efisiensi operasional serta kepuasan pelanggan karena memungkinkan pengaturan waktu layanan yang lebih terstruktur.

Family Carwash, sebagai UMKM, menghadapi serangkaian permasalahan dalam hal adopsi teknologi dan pemasaran digital. Meskipun berada di lokasi strategis, usaha ini belum sepenuhnya memanfaatkan fitur digital yang penting. Salah satu masalah utamanya adalah tidak adanya informasi lokasi yang tepat di Google Maps. Family Carwash belum membuat listing di Google Maps, sehingga membuat pelanggan baru kesulitan menemukan lokasi usaha tersebut melalui aplikasi peta. Selain itu, pemilik kurang memahami cara menggunakan media sosial secara efektif, seperti Instagram untuk melakukan promosi. Interaksi dengan pelanggan dan pemasok hanya terbatas pada aplikasi seperti WhatsApp. Hal ini membuat Family Carwash kesulitan dalam memperluas pasar, meningkatkan kesadaran merek, dan menarik lebih banyak pelanggan dengan konten yang menarik serta promosi digital yang tepat. Terakhir, Family Carwash juga belum memiliki sistem pemesanan online. Dengan tidak adanya sistem ini, pelanggan tidak bisa memesan slot waktu cuci mobil dan motor terlebih dahulu,

yang dapat menyebabkan antrean panjang dan ketidaknyamanan, terutama di jam-jam sibuk. Dengan adanya sistem pemesanan online, dapat membantu mengatur banyaknya pelanggan dengan lebih baik, sehingga membuat pelanggan lebih puas dan meningkatkan kerja karyawan. Dengan demikian praktik ini akan diuraikan dalam laporan PKM dengan judul **“Penerapan Strategi Digital Marketing Pada UMKM Family Car Wash”**.

METODE

Teknik Pengumpulan Data

Dalam PKM ini, sumber yang digunakan adalah sumber data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara atau observasi. Dalam pengumpulan data penelitian, penulis melakukan beberapa metode, yaitu wawancara dan observasi.

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab (Esterberg, 2016), di mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan (Mulyana, 2016), sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2016). Penulis melakukan wawancara dengan perwakilan pihak perusahaan yaitu Bapak Hang Meng secara *direct*. Dalam proses wawancara, penulis bertanya mengenai kegiatan usaha sehari-hari pada UMKM Family car wash.

Observasi juga merupakan salah satu teknik pengumpulan data primer. Menurut Supardi (2016) metode observasi merupakan metode pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sudaryono, 2017). Dalam observasi ini, penulis menemukan bahwa UMKM Family car wash masih menggunakan strategi digital marketing tradisional, seperti promosi oleh sales secara berlangsung terhadap customer dan word of mouth marketing, sehingga kurangnya wawasan untuk menggunakan strategi pemasaran secara modern.

Proses Perancangan Luaran

Kerangka awal dalam melakukan perancangan luaran proyek sistem UMKM Family car wash adalah dengan mengumpulkan informasi dan data dari wawancara dan observasi. Langkah awal yang dilaksanakan adalah berdiskusi dengan pemilik perusahaan, mengurus izin, dan menganalisa permasalahan yang terjadi pada UMKM Family car wash. Tahap perencanaan adalah diskusi dengan pemilik ttg strategi apa yang akan dilakukan agar penjualan mitra naik. Tahapan pelaksanaan dan evaluasi adalah bagaimana strategi dilaksanakan dan proses penilaian strategi (berhasil atau tidak).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini meliputi perancangan luaran kegiatan dan luaran yang dicapai sebagai berikut.

Perancangan Luaran Kegiatan

Proses implementasi luaran kegiatan dimulai dengan pembuatan dan verifikasi lokasi Family Car Wash pada Google Maps. Pada tahap ini, dilakukan pengisian data usaha secara lengkap dan akurat, termasuk penambahan foto lokasi dan hasil layanan untuk meningkatkan daya tarik visual. Setelah profil aktif, pemilik usaha diberikan penjelasan mengenai cara mengelola dan memperbarui informasi bisnis agar tetap relevan dan informatif bagi pelanggan.

Implementasi selanjutnya dilakukan pada media sosial Instagram. Akun media sosial dibuat dan mulai diaktifkan dengan mengunggah konten secara berkala. Konten yang diunggah menampilkan proses pencucian kendaraan, hasil sebelum dan sesudah layanan, serta suasana pelayanan di lokasi usaha. Selain itu, pemilik usaha juga diberikan pemahaman dasar mengenai pentingnya konsistensi

unggahan, penggunaan caption yang menarik, serta pemanfaatan fitur interaksi seperti komentar dan pesan langsung untuk membangun hubungan dengan pelanggan.

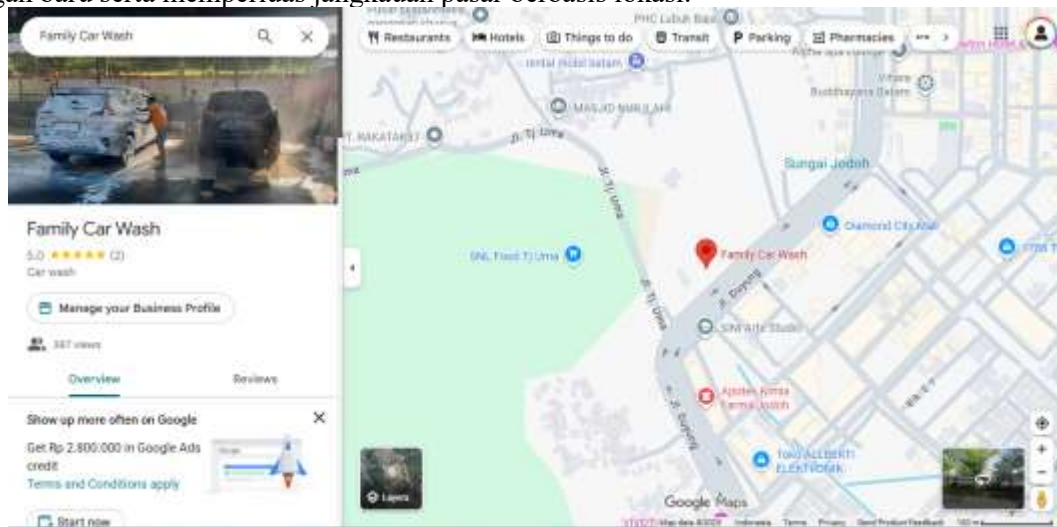
Tahap implementasi berikutnya adalah penerapan sistem pemesanan online menggunakan Google Forms. Formulir pemesanan dirancang secara sederhana dengan mencantumkan informasi penting seperti nama pelanggan, jenis kendaraan, waktu layanan, dan nomor kontak. Pelanggan diberikan edukasi singkat mengenai cara menggunakan sistem tersebut agar dapat dimanfaatkan secara optimal.

Selama proses implementasi, dilakukan pemantauan secara berkala untuk memastikan setiap luaran dapat berjalan dengan baik. Pemilik usaha juga dilibatkan secara aktif agar mampu mengelola dan melanjutkan penggunaan strategi digital marketing secara mandiri setelah kegiatan PKM selesai.

Luaran yang dicapai

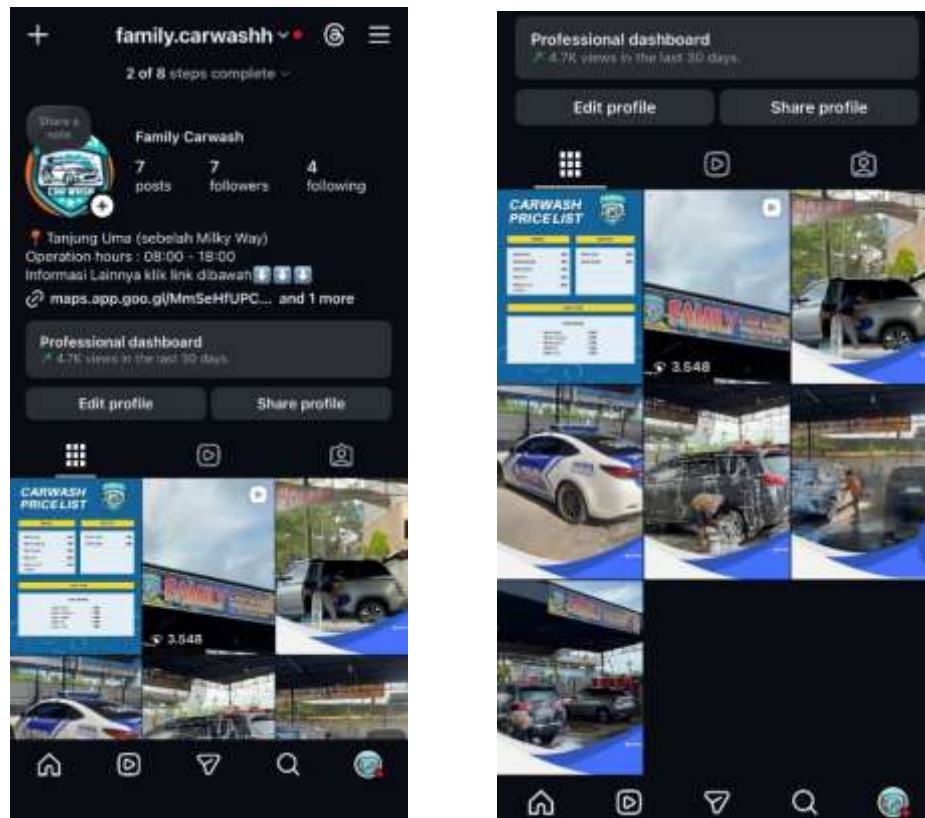
Perancangan luaran kegiatan pada UMKM Family Car Wash dilakukan berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pemilik usaha. Dari proses tersebut, ditemukan bahwa permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah rendahnya visibilitas usaha secara digital, keterbatasan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta belum adanya sistem pemesanan layanan secara online. Oleh karena itu, perancangan luaran difokuskan pada pengembangan strategi digital marketing yang sederhana, mudah diimplementasikan, dan sesuai dengan kapasitas UMKM.

Luaran pertama yang dirancang adalah pembuatan dan optimalisasi profil bisnis Family Car Wash pada Google Maps. Tujuan dari luaran ini adalah untuk meningkatkan kemudahan pelanggan dalam menemukan lokasi usaha secara akurat melalui aplikasi navigasi. Informasi yang dicantumkan meliputi nama usaha, alamat lengkap, jam operasional, foto lokasi dan layanan, serta nomor kontak yang dapat dihubungi. Keberadaan Google Maps diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan baru serta memperluas jangkauan pasar berbasis lokasi.



Gambar 1. Google Maps Family Car Wash

Luaran kedua adalah perancangan media promosi melalui platform media sosial Instagram. Media sosial dipilih karena memiliki tingkat penggunaan yang tinggi di kalangan masyarakat serta efektif dalam membangun brand awareness UMKM. Konten yang dirancang berupa foto dan video proses pencucian kendaraan, hasil akhir layanan, serta aktivitas operasional sehari-hari di Family Car Wash. Konten tersebut disesuaikan dengan karakteristik target pasar agar mampu menarik perhatian dan meningkatkan interaksi pelanggan.



Gambar 2. Instagram Family Car Wash

Luaran ketiga yang dirancang adalah sistem pemesanan layanan secara online menggunakan Google Forms. Sistem ini dirancang untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan reservasi layanan tanpa harus datang langsung ke lokasi. Dengan adanya sistem pemesanan online, diharapkan dapat mengurangi antrean, meningkatkan efisiensi waktu pelayanan, serta membantu pengelolaan jadwal kerja karyawan secara lebih terstruktur.

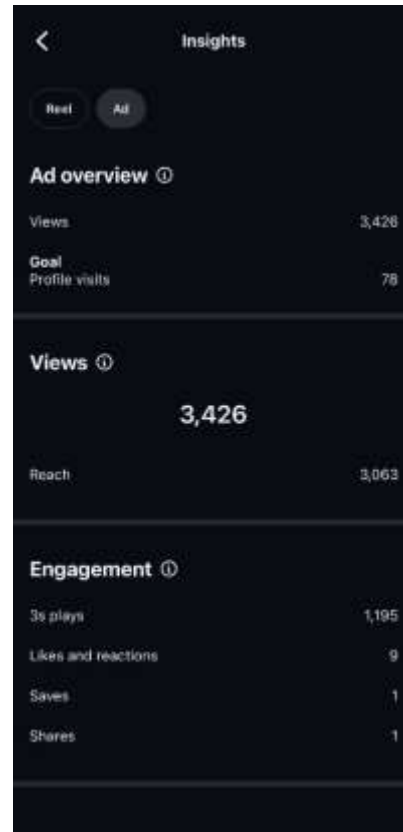
Gambar 3. Google Form untuk Booking Online

Luaran keempat, penulis telah melakukan upaya promosi terhadap Family Carwash melalui fitur iklan berbayar (Ads) di platform Instagram. Strategi promosi melalui iklan ini bertujuan untuk

meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial. Penulis memanfaatkan strategi promosi Ads berbayar ini selama satu hari dengan target audiens yang difokuskan pada konsumen yang berada di wilayah Kota Batam. Melalui strategi iklan ini dapat membantu Family Carwash dalam memperluas jangkauan pasarnya dan menarik pelanggan baru yang mungkin belum mengenal layanan yang ditawarkan.



Gambar 4. Konten yang dijadikan iklan



Gambar 5. Details Promosi Iklan

Proses Implementasi Luaran

Proses implementasi luaran kegiatan diawali dengan pembuatan dan verifikasi lokasi Family Car Wash di Google Maps yang dilengkapi data serta visual menarik, diikuti pelatihan pengelolaannya bagi pemilik usaha. Selanjutnya, strategi pemasaran digital diperluas melalui aktivasi akun Instagram dengan konten layanan berkala dan edukasi mengenai interaksi pelanggan, serta penerapan sistem pemesanan online sederhana berbasis Google Forms. Seluruh rangkaian implementasi ini disertai pemantauan rutin dan pelibatan aktif pemilik usaha guna memastikan sistem berjalan baik dan membangun kemandirian mitra dalam mengelola strategi digital marketing tersebut setelah kegiatan PKM berakhir.

Kondisi Setelah Implementasi

Implementasi strategi digital marketing memberikan dampak positif yang signifikan bagi operasional dan visibilitas Family Car Wash. Keberadaan lokasi yang terverifikasi di Google Maps beserta ulasan positif memudahkan akses pelanggan baru sekaligus memperkuat citra profesional usaha. Di sisi lain, optimalisasi media sosial melalui konten Instagram yang informatif dan penggunaan *Instagram Ads* berhasil meningkatkan kesadaran merek dan interaksi secara drastis, terlihat dari lonjakan jumlah tayangan (*views*) yang pesat serta penambahan pengikut. Selain itu, penerapan sistem pemesanan online turut meningkatkan efisiensi alur pelayanan dan kenyamanan pelanggan melalui pengelolaan antrian yang lebih teratur, sehingga secara keseluruhan strategi ini berhasil meningkatkan daya saing UMKM tersebut di era digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada UMKM Family Car Wash, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi digital marketing mampu menjadi solusi efektif dalam mengatasi keterbatasan promosi dan operasional usaha. Pembuatan profil bisnis pada Google Maps berhasil meningkatkan kemudahan akses informasi lokasi bagi pelanggan, sementara pemanfaatan media sosial Instagram mampu meningkatkan brand awareness serta interaksi dengan pelanggan. Selain itu, penerapan sistem pemesanan online menggunakan Google Forms membantu meningkatkan efisiensi pelayanan dengan mengurangi antrean dan mengatur jadwal layanan secara lebih terstruktur. Kegiatan ini juga memberikan pemahaman dan keterampilan baru bagi pemilik UMKM dalam mengelola pemasaran digital secara mandiri. Dengan demikian, strategi digital marketing yang diterapkan terbukti memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha Family Car Wash.

DAFTAR RUJUKAN

- Esterberg, K. G. (2016). *Qualitative Methods in Social Research*.
- Harjanto, N., & Dewi, K. (2021). Pemanfaatan TikTok sebagai Media Promosi UMKM di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Digital*, 2(1), 33–44.
- Mulyana, D. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (P. R. Rosdakarya (ed.)). PT. Remaja Rosdakarya.
- Novianti, R., & Pratama, M. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 77–89.
- Putri, D. W., & Amanda, S. (2021). Implementasi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 5(4), 222–231.
- Ramadhan, M. R., & Setiono, B. (2020). Analisis Efektivitas Strategi Promosi Digital terhadap Penjualan UMKM. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 4(2), 88–97.
- Sari, A. P., & Lestari, F. (2020). Pengaruh Konten Instagram terhadap Minat Beli Konsumen UMKM. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(3), 120–133.
- Setiawan, R., & Nurhayati, D. (2023). The Impact of Online Booking Systems on Customer Satisfaction in Service-Based MSMEs. *International Journal of Business and Technology*, 12(4), 90–102.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta (ed.)). Alfabeta.
- Supardi. (2016). *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi*. PT Raja Grafindo Persada.