

## Pendampingan Kesehatan Dan Keselamatan Kerja Dan Digital Marketing Pada Kelompok UMKM Laundry

<sup>1\*</sup>Putu Nita Cahyawati, <sup>1</sup>Pande Ayu Naya Kasih Permatananda, <sup>1</sup>Asri Lestari, <sup>1</sup>Anak Agung Sri Agung Aryastuti, <sup>2</sup>Ni Luh Anik Puspa Ningsih

<sup>1</sup>Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Warmadewa, Jalan Terompong No 24, Bali, Indonesia;

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa, Jalan Terompong No 24, Bali, Indonesia

Email: [putunitacahyawati@gmail.com](mailto:putunitacahyawati@gmail.com)

---

### ABSTRAK

Mitra pada pengabdian ini adalah adalah kelompok usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) laundry di Kecamatan Kuta Utara. Berdasarkan diskusi awal, diketahui bahwa mitra mengalami kesulitan dalam bersaing dengan kelompok usaha laundry lainnya yang cukup banyak di wilayahnya. Mitra membuka usaha dengan modal yang tidak terlampau besar dengan sasaran masyarakat sekitarnya. Hal ini dikarenakan mitra belum memiliki keunggulan tertentu dibandingkan dengan laundry lainnya. Selama masa pandemi mitra juga belum memahami prosedur kesehatan dan keselamatan kerja dan prosedur penanganannya. Berdasarkan permasalahan tersebut kegiatan pengabdian difokuskan pada pemberian edukasi kesehatan dan keselamatan kerja, peluang usaha dengan pemanfaatan aromaterapi dalam usaha laundry serta digital marketing untuk memperluas dan efektifitas pemasaran. Metode kegiatan meliputi diskusi, pemberian edukasi, pemberian bantuan, monitoring dan evaluasi. Kegiatan diawali dengan pretest untuk mengetahui karakteristik sosiodemografi dan pengetahuan awal mitra. Pemberian materi dilakukan secara *blended learning*. Hasil yang dicapai dari kegiatan ini antara lain peningkatan pengetahuan mitra berdasarkan nilai *pretest* dan *posttest* dengan nilai rerata *posttest* sebesar adalah 78,33 poin, pelaksanaan kegiatan edukasi dilakukan sebanyak satu kali, dan bantuan diberikan pada seluruh mitra. Mitra didominasi oleh perempuan (60%), usia antara 20-40 tahun, pendidikan terakhir antara SD hingga SMA, lama bekerja antara 6 bulan hingga 3 tahun, mayoritas sudah menikah (60%) dan mayoritas beragama Hindu (60%). Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian telah berhasil dengan baik karena seluruh indikator yang ditetapkan telah berhasil terpenuhi.

**Kata kunci:** laundry; kesehatan dan keselamatan kerja; aromaterapi; *digital marketing*; usaha mikro kecil dan menengah

### ABSTRACT

*The partners in this service are a group of micro, small, and medium enterprises laundry in North Kuta District. Based on initial discussions, it is known that partners have difficulty competing with other laundries that are quite numerous in their area. Partners open a business with capital that is not too large with the target of the surrounding community. This is because partners do not have certain advantages compared to other laundries. Partners also did not understand occupational health and safety procedures and handling procedures. The service activities are focused on providing occupational health and safety education, business opportunities by utilizing aromatherapy in the laundry business, and digital marketing to expand and marketing effectiveness. Activity methods include discussions, education, assistance, monitoring, and evaluation. The activity began with a pretest to determine the sociodemographic characteristics and initial knowledge of partners. The education was carried out by blended learning methods. The results achieved from this activity include an increase in partner knowledge based on pretest and posttest scores with a mean posttest score of 78.33 points, the implementation of educational activities was carried out once, and assistance was provided to all partners. Partners are dominated by women (60%), aged between 20-40 years, the last education is between elementary to high school, the length of work is between 6 months to 3 years, the majority are married (60%), and the majority are Hindu (60%).*

*It can be concluded that the service activities have been successful because all the indicators set have been met.*

**Keywords:** *laundry; occupational health and safety; aromatherapy; digital marketing; micro, small and medium enterprises*

## PENDAHULUAN

*Laundry* merupakan salah satu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang menjadi populer dewasa ini. Salah satu pemicu kondisi ini adalah tingginya kebutuhan masyarakat terhadap jasa tersebut. Akan tetapi, banyak usaha *laundry* yang belum memiliki keunggulan dalam jenis usaha, produk, maupun promo yang ditawarkan terhadap usahanya. Semakin banyaknya pesaing dalam bisnis ini, memungkinkan konsumen mempunyai banyak pilihan dalam menggunakan jasa *laundry* yang sesuai dengan harapan mereka. Hal tersebut menciptakan iklim persaingan yang semakin ketat, sehingga para pelaku bisnis diharuskan untuk memiliki keunggulan dalam bersaing. Salah satunya adalah memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas bahkan melebihi harapan konsumen. Dengan memberikan kepuasan maksimal dapat membentuk kesetiaan atau loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan ini sangat penting pada industri jasa. Kualitas pelayanan terbaik merupakan suatu strategi untuk meningkatkan jumlah konsumen baru, mempertahankan konsumen, dan menciptakan keunggulan khusus yang tidak ada hanya bersaing dari segi harga (R. Susanti, Tonich, 2019). Selain permasalahan di atas, permasalahan lain yang umumnya dimiliki oleh usaha *laundry* adalah belum optimalnya kegiatan promosi, peralatan yang belum memadai/masih kurang, dan *layout* usaha yang belum tertata dengan rapi (Kusumawati, 2021). Dalam usaha *laundry*, strategi pemasaran yang tepat akan meningkatkan ketertarikan konsumen untuk datang dan menggunakan jasa *laundry* tersebut. Salah satu cara untuk meningkatkan konsumen adalah dengan melakukan promosi. Strategi pemasaran yang tepat bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada pelanggan sehingga mampu meningkatkan laba. Salah satu upaya yang dapat dilakukan melalui perancangan dan pengembangan *e-catalog* (Pratama & Christhomas, 2021).

Kondisi serupa juga dialami oleh mitra pada kegiatan PKM ini. Berdasarkan pemaparan

mitra, usaha *laundry* yang dikembangkan saat ini masih serupa dengan usaha *laundry* yang lain. Belum ada promo ataupun keunggulan yang dapat ditonjolkan untuk menarik konsumen. Ditambah lagi UMKM sejenis sangat banyak, bahkan hanya berjarak 100 hingga 200 meter dari tempat usahanya. Selama ini mitra berupaya menawarkan promo berupa pemotongan harga (diskon) bilamana ada konsumen yang membawa cucian dengan berat lebih dari 5 kilogram. Akan tetapi, tampaknya belum membuahkan hasil yang cukup signifikan. Konsumen yang terbatas juga menjadi masalah lain yang dialami mitra. Selama ini mitra mengandalkan konsumen dari warga sekitar, namun jumlahnya ternyata terbatas karena persaingan usaha yang tinggi. Kondisi ini diperberat dengan kurangnya kemampuan marketing mitra yang memang bukan berasal dari latar belakang ekonomi. Mitra umumnya adalah ibu rumah tangga yang memberanikan diri membuka usaha dengan modal yang terbatas. Mitra mempekerjakan 1-3 pekerja yang bervariasi jumlahnya tergantung jumlah cucian yang masuk dalam tiap hari. Dengan mematok harga Rp.5.000,00 per 1 kilogram serta hari kerja setiap hari tanpa ada jawal libur. Mitra juga belum memperhatikan keselamatan kerja selama menjalani usahanya. Belum tersedia alat pelindung diri yang memadai serta peralatan pertolongan pertama bilamana mengalami permasalahan kesehatan selama bekerja. Edukasi terkait masalah ini juga belum pernah diterima sehingga mitra tidak tahu harus melakukan apa bila mengalami masalah kesehatan.

Berdasarkan permasalahan inilah, perlu dilakukan kegiatan edukasi kesehatan dan keselamatan kerja (K3), pengenalan peluang usaha dengan pemanfaatan bahan alam seperti aromaterapi dalam usaha *laundry* serta pemanfaatan *digital marketing* untuk memperluas dan efektifitas pemasaran mitra.

## SOLUSI DAN TARGET LUARAN

### Solusi

Guna mencapai tujuan kegiatan. Beberapa solusi dilakukan mulai dari kegiatan *focus group discussion (FGD)* yang bertujuan mendalami permasalahan mitra dan penyusunan program prioritas. Terdapat 3 prioritas masalah yang diperoleh dari kegiatan diskusi ini. Pelaksanaan kegiatan mengacu pada hasil diskusi ini seperti tampak pada Tabel 1. Dalam pelaksanaan kegiatan mitra dapat membantu dalam menyediakan lokasi pelaksanaan kegiatan. Kegiatan ini melibatkan tim dosen dari Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan (FKIK) Universitas Warmadewa dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas (FE) Universitas Warmadewa,

### Target Luaran

Target yang diharapkan melalui kegiatan ini mengacu pada indikator capaian sesuai Tabel 1 dan hasil evaluasi dan monitoring program pengabdian.

**Tabel 1. Masalah, solusi dan indikator capaian**

MASALAH	SOLUSI	INDIKATOR CAPAIAN
Belum memahami prinsip K3 serta peluang pemanfaatan bahan alam usaha	Pemberian edukasi K3 dan pemanfaatan aromaterapi dalam usaha	Peningkatan pengetahuan mitra (> 70 poin)
Jangkaun konsumen terbatas	Edukasi digital marketing	Peningkatan pengetahuan mitra (> 70 poin)
Belum memiliki APD dan alat P3K yang memadai	Bantuan alat P3K, APD, essesce dan diffuser aromaterapi	100% mitra mendapat bantuan

### METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan diskusi pendahuluan bersama mitra (Pradnyawati & Cahyawati, 2019). Diskusi ini bertujuan untuk mendalami permasalahan dan kendala yang dialami mitra selama masa pandemi Covid-19 ini. Melalui diskusi ini ditetapkan juga program prioritas masalah dan rencana solusi yang akan dilakukan guna mengatasi masalah yang dialami mitra. Pada tahap berikutnya, dilakukan diskusi lanjutan dengan melibatkan tim pelaksana kegiatan guna menyusun rencana kegiatan, persiapan alat dan bahan, pembagian tugas, penyusunan materi, dan permasalahan administrasi lainnya (surat menyurat) terkait pelaksanaan kegiatan (Aryastuti *et al.*, 2020; Gede Pradnyawati *et al.*, 2022).

Pelaksanaan kegiatan meliputi pemberian edukasi berdasarkan masalah yang alami mitra. Topik edukasi yang diberikan berupa edukasi kesehatan keselamatan kerja (K3), pengenalan dan pemanfaatan aromaterapi dalam usaha *laundry*, serta pemanfaatan digital marketing (Cahyawati *et al.*, 2022). Kegiatan edukasi dilaksanakan dalam satu pertemuan. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pengetahuan mitra terhadap topik tersebut. Materi diberikan dalam bentuk *power point*, *video*, dan *famflet* (Cahyawati *et al.*, 2021; Cahyawati *et al.*, 2022) Kegiatan *pretest* dilakukan sebelum memulai kegiatan edukasi dan *prosttest* dilaksanakan pada akhir sesi edukasi (Cahyawati & Saniathi, 2022). Pada akhir kegiatan tim pelaksana kegiatan juga memberikan bantuan alat pelindung diri (APD), detergen, *handsoap*, masker, perlengkapan P3K agar dapat dimanfaatkan dalam penerapan K3, serta essence aromaterapi dan diffuser aromaterapi untuk digunakan dalam proses *laundry*.

Kegiatan monitoring dan evaluasi juga dilakukan guna mendampingi dan menilai keberhasilan pelaksanaan program pengabdian (Cahyawati *et al.*, 2020). Terdapat beberapa indikator yang digunakan dalam menilai keberhasilan program ini, mengacu pada kegiatan-kegiatan pengabdian yang sebetulnya pernah dilakukan. Adapun indikator tersebut antara lain: terdapat peningkatan pengetahuan mitra berdasarkan nilai

*pretest* dan *posttest* di atas 70 poin, pelaksanaan kegiatan edukasi sebanyak satu kali, dan bantuan diberikan pada seluruh mitra. Program dikategorikan “Berhasil baik” bila seluruh parameter di atas dapat terpenuhi, “Cukup” bila hanya dua indikator yang terpenuhi, dan “Kurang” bila hanya satu indikator yang terpenuhi (Cahyawati *et al.*, 2022; Handayani & Cahyawati, 2022).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dilaksanakan di lokasi *laundry* tempat kerja mitra. Kegiatan diawali dengan pengisian identitas dan *pretest* untuk mengetahui karakteristik sosiodemografi dan pengetahuan awal mitra. Pemberian materi mencakup permasalahan yang sebelumnya telah disampaikan pada pertemuan awal. Pemberian materi dilakukan secara *online* dan *offline*. Penyampaian edukasi kesehatan dilakukan secara *offline*, sedangkan pemberian materi *digital marketing* dilaksanakan secara *online*. Materi diberikan dalam bentuk *power point*, *video*, dan *famflet* pada 2 lokasi yang berbeda. Kondisi ini dilakukan mengingat lokasi tempat kerja mitra yang tidak terlalu luas sehingga menyulitkan untuk proses edukasi tatap muka dengan jumlah peserta yang terlalu banyak.

Penerapan *blended learning* dalam berbagai sektor baik pendidikan, pelayanan, dan jasa memang menjadi metode pilihan yang banyak diberlakukan selama beberapa tahun terakhir akibat pandemi Covid-19. Penerapan metode ini terbukti efektif dapat mengurangi jumlah interaksi dan menjaga jarak antar orang selama masa pandemi (Cahyawati *et al.*, 2023). Pelaksanaan kegiatan pengabdian seperti ini juga pernah dilakukan pada kegiatan pengabdian lainnya (Cahyawati *et al.*, 2022).



**Gambar 1. Penyampaian materi**

Karakteristik sosiodemografi mitra seperti tampak pada Tabel 2. Mitra didominasi oleh perempuan (60%), usia antara 20-40 tahun, pendidikan terakhir antara SD hingga SMA, lama bekerja antara 6 bulan hingga 3 tahun, mayoritas sudah menikah (60%) dan mayoritas beragama Hindu (60%). Karakteristik mitra yang terlibat serupa dengan beberapa kegiatan pengabdian terdahulu yaitu didominasi oleh perempuan, tingkat pendidikan SMP hingga SMA, dan umumnya berada pada usia produktif (Pradnyawati & Cahyawati, 2019).

**Tabel 2. Karakteristik Mitra**

Karakteristik Mitra	Jumlah	Persentase (%)
Usia (tahun)		
20-30	2	40
31-40	3	60
Jenis kelamin		
Laki-laki	2	40
Perempuan	3	60
Pendidikan		
SD	1	20
SMP	2	40
SMA/SMK	2	40
Status pernikahan		
Belum menikah	2	40
Sudah menikah	3	60
Lama kerja		
<1 th	1	20
1-3 th	4	80
Agama		
Hindu	3	60
Islam	2	40

Berdasarkan hasil *pretest* ditemukan bahwa rerata nilai *pretest* mitra adalah 42 poin. Nilai *pretest* tertinggi adalah 50 poin sedangkan terendah adalah 30 poin. Nilai ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan awal mitra masih sangat rendah (Gambar 2). Berdasarkan hasil *posttest* ditemukan bahwa rerata nilai *posttest* adalah 78,33 poin. Hasil ini menunjukkan bahwa pelaksanaan edukasi sudah mampu untuk meningkatkan pengetahuan mitra (Gambar 2).



**Gambar 2. Analisis nilai *pretest* dan *posttest***

Kegiatan edukasi dan diskusi berlangsung dengan lancar. Partisipasi mitra selama pelaksanaan kegiatan juga sangat baik. Materi edukasi K3 yang diberikan mencakup jenis-jenis kecelakaan kerja yang dapat dialami mulai dari risiko rendah hingga tinggi, jenis bahan kimia yang berpotensi menimbulkan masalah kesehatan kerja, prosedur penanganan bilamana terjadi kecelakaan kerja, dan upata tatalaksana awal yang dapat dilakukan bilamana terjadi kecelakaan kerja.

Pengenalan potensi bahan alam dan aromaterapi dalam usaha *laundry* juga dilakukan agar dapat digunakan sebagai salah satu alternatif peluang usaha yang membedakan usaha *laundry* mitra dengan usaha *laundry* lainnya. Pengenalan *digital marketing* ditujukan untuk meningkatkan jangkauan ataupun cakupan konsumen mitra. Pemanfaatan *digital marketing* selama masa pandemi memang lebih direkomendasikan dibandingkan metode pemasaran konvensional

(Rosmadi, 2021). Salah satu keunggulan metode ini adalah bisa mengurangi hambatan jarak dan waktu, namun dalam pelaksanaannya seringkali diperlukan *update* dalam bidang informatika khususnya bagi pelaku usaha dalam hal ini adalah mitra kegiatan. Mitra yang belum terbiasa dengan penggunaan aplikasi memerlukan pendampingan dalam realisasi *digital marketing* ini. Ketersediaan jaringan internet yang memadai juga merupakan hambatan besar dalam pelaksanaannya mengingat diperlukan adanya tambahan biaya operasional bagi para pelaku usaha.

Pada akhir kegiatan dilakukan pemberian bantuan berupa bantuan alat pelindung diri (APD), detergen, *handsoap*, masker, perlengkapan P3K agar dapat dimanfaatkan dalam penerapan K3, serta essence aromaterapi dan diffuser aromaterapi kepada seluruh mitra.

Berdasarkan indikator keberhasilan program yaitu peningkatan pengetahuan mitra berdasarkan nilai *pretest* dan *posttest* di atas 70 poin, pelaksanaan kegiatan edukasi sebanyak satu kali, dan bantuan diberikan pada seluruh mitra. Program pengabdian ini dikategorikan “Berhasil baik” karena seluruh parameter di atas dapat terpenuhi,

## SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Mengacu pada hasil evaluasi kegiatan pengabdian dimana seluruh indikator program telah tercapai, program pengabdian ini telah berlangsung dengan baik. Terdapat peningkatan pengetahuan mitra, pelaksanaan edukasi sesuai target dan pemberian bantuan juga sesuai target. Program serupa juga perlu dilakukan pada kegiatan mendatang guna mendampingi para pelaku UMKM demi bisa mengoptimalkan hasil usaha mereka.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis ucapkan kepada Unit Penelitian dan Pengabdian (UP2M) Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Warmadewa atas bantuan dana hibah pengabdian tahun 2022, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Tim pengabdian juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak dan mitra yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aryastuti, S. A., Juwita, D. A. P. R., Cahyawati, P. N., Putu, N., Witari, D., & Pradnyawati, L. G. (2020). Empowerment of Health Cadre in Managing Antenatal Class in Tulikup Village, Gianyar-Bali. *International Journal of Community Service Learning*, 4(4), 393–400. <https://doi.org/10.23887/ijcs.v4i4.22284>
- Cahyawati, P. N., Aryastuti, A. A. S. A., & Evayanti, L. G. (2020). Pemberdayaan Satgas Gotong Royong Berbasis Desa Adat Dalam Pencegahan COVID-19 di Banjar Serongga Pondok, Tabanan. *WICAKSANA: Jurnal Lingkungan Dan Pembangunan*, 4(2), 1–6. <https://doi.org/10.22225/wicaksana.4.2.2674.1-6>
- Cahyawati, P. N., Kasih, P. A. N., Aryastuti, A. A. S. A., Udiyani, D. P. C., & Pandit, I. G. S. (2022). Edukasi Kesehatan Dan Keselamatan Kerja Di Pasar Ikan Kedonganan, Bali. *WICAKSANA: Jurnal Lingkungan Dan Pembangunan*, 6(2), 53–59. <https://doi.org/10.22225/wicaksana.6.2.2022.53-59>
- Cahyawati, P. N., Pradnyawati, L. G., & Ningsih, N. L. A. P. (2021). Analisis dan Edukasi Perilaku Hidup Bersih dan Sehat Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada Pekerja Salon dan Spa. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(7), 328–334. <https://doi.org/10.36418/comserva.v1i7.50>
- Cahyawati, P. N., Pradnyawati, L. G., & Ningsih, N. L. A. P. (2022). Edukasi Penerapan Protokol Kesehatan Dan Strategi Pemasaran Pada Kelompok Pekerja Salon Dan Spa Di Masa Pandemi Covid-19. *Paradharma (Jurnal Aplikasi IPTEK)*, 6(April), 5–10.
- Cahyawati, P. N., & Saniathi, N. K. E. (2022). Edukasi dan pendampingan perilaku hidup bersih dan sehat pada cleaning service klinik pratama di denpasar. *Jurnal Sewaka Bhakti*, 8(April), 49–56.
- Cahyawati, P. N., Saniathi, N. K. E., & Ningsih, N. L. A. P. (2023). Blended Learning Sebagai Metode Edukasi Penerapan Protokol Kesehatan Dan Entrepreneurship Pada Pemandu Wisata Di Masa Pandemi Covid-19. *Buletin Udayana Mengabdi*, 22(03), 159–164.
- Gede Pradnyawati, L., Ayu Putu Ratna Juwita, D., Indra Wijaya, M., & Nita Cahyawati, P. (2022). Penguatan Program Chse Mendukung Kebangkitan Pariwisata Dan Bali Reborn Di Banjar Penestanan Kelod, Desa Sayan. *Warmadewa Minesterium Medical Journal*, 1(3), 85–90.
- Handayani, N. M. D., & Cahyawati, P. N. (2022). Edukasi Metode Penyapihan ASI Sebagai Upaya Nyata Penerapan Program Community Oriented Medical Education di Desa. *Community Services Journal (CSJ)*, 4(2), 157–160.
- Kusumawati, R. (2021). Pendampingan Manajemen Usaha “ Laundry Express.” *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 532–538. <https://doi.org/10.18196/ppm.33.191>
- Pradnyawati, L. G., & Cahyawati, P. N. (2019). Pemberdayaan Perempuan Di Pasar Sindhu Sanur, Kota Denpasar Untuk Pencegahan IMS Dan HIV/AIDS. *Community Services Journal (CSJ)*, 1(2), 74–78. <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/csj/article/view/1241>
- Pratama, J., & Christhomas, J. (2021). Perancangan Dan Pengembangan E-Catalog Andra Laundry. *Conference on Business, Social Sciences and Technology*, 1(1), 610–621.
- R. Susanti, Tonich, R. A. (2019). Kualitas Pelayanan Jasa Pada Usaha Laundry Ririn Di Jalan G. Obos XII Kota Palangka Raya. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*, 11(2), 244–251.
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19 Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 122–127.