

## Digital Transformation of Laundry Businesses Through Digital Marketing: A Case Study of Bagas Laundry Business Group

Oriza Candra<sup>1\*</sup>, Helmawati<sup>2</sup>, Nurzi Sebrina<sup>3</sup>, Syaiful Islami<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Negeri Padang, Padang, INDONESIA

\*Corresponding Author : [orizacandra@ft.unp.ac.id](mailto:orizacandra@ft.unp.ac.id)

### Abstract

This article examines digital transformation strategies in the laundry business sector, focusing on the “Bagas Laundry” business group and the implementation of digital marketing-based strategies. The study highlights significant improvements in business growth and operational performance after adopting digital transformation initiatives. Before implementing digital marketing, the market share of “Bagas Laundry” was only 10%, but it increased substantially to 45% by the end of 2022. The study emphasizes the importance of digital marketing strategies, including website and mobile application development, social media marketing, email campaigns, and Search Engine Optimization (SEO), in addressing the limitations of conventional marketing methods. The findings reveal that website traffic increased by 150% within the first six months of implementation, while customer conversion rates improved by 80%. In addition, the adoption of automation systems and digital payment integration enhanced operational efficiency by 30% and reduced order processing time by 40%. Employee training programs related to digital technology adaptation and online marketing skills also produced positive results, leading to a 25% increase in employee productivity. Customer experience improvements became another major focus, resulting in a 90% increase in customer satisfaction and customer retention rates remaining above 80%. Furthermore, the evaluation of Return on Investment (ROI) showed that the business achieved an ROI of 200% in 2022, accompanied by an annual net revenue growth of 120%. Overall, the case study demonstrates that digital transformation significantly improved revenue, market expansion, and customer satisfaction in the laundry business sector.

**Kata Kunci** : *digital marketing*, automation

### 1. Introduction

Industri *Laundry* merupakan salah satu sektor jasa yang mengalami perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan yang praktis, cepat, dan efisien. Perubahan gaya hidup masyarakat modern menyebabkan permintaan terhadap layanan *Laundry* terus meningkat, terutama di wilayah perkotaan dengan tingkat aktivitas masyarakat yang tinggi. Selain berfungsi sebagai layanan pencucian pakaian, bisnis *Laundry* juga dituntut untuk mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik dan pengalaman pelanggan yang memuaskan [1].

Perkembangan teknologi digital memberikan pengaruh besar terhadap perubahan pola bisnis pada berbagai sektor, termasuk industri *Laundry*. Transformasi digital mendorong pelaku usaha untuk menyesuaikan sistem operasional dan strategi pemasaran agar mampu bersaing pada era modern. Menurut Johnson dan Davis [2], penerapan teknologi digital dalam bisnis mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan interaksi antara pelaku usaha dan pelanggan.

Namun demikian, sebagian besar usaha *Laundry* masih menggunakan metode pemasaran konvensional seperti penyebaran brosur, pemasangan spanduk, dan promosi dari mulut ke mulut. Strategi tersebut dinilai kurang efektif dalam menjangkau konsumen yang saat ini lebih banyak menggunakan platform digital dan media sosial sebagai sumber informasi [3]. Kondisi ini menyebabkan keterbatasan dalam memperluas pangsa pasar dan menurunkan daya saing usaha.

Perkembangan *digital marketing* menjadi salah satu solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran bisnis *Laundry*. Strategi *digital marketing* memungkinkan pelaku usaha memanfaatkan situs web, media sosial, *email marketing*, dan *Search Engine Optimization (SEO)* untuk meningkatkan visibilitas bisnis secara *online* [4]. Selain itu, penggunaan teknologi digital juga mendukung otomatisasi proses operasional seperti pengelolaan pesanan, pencatatan transaksi, dan integrasi pembayaran digital sehingga mampu meningkatkan efisiensi pelayanan [5].

Menurut penelitian Smith dan Davis [6], bisnis yang menerapkan strategi *digital marketing* secara efektif mengalami peningkatan keterlibatan pelanggan dan pertumbuhan pendapatan yang signifikan. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dapat meningkatkan *brand awareness* dan loyalitas pelanggan karena adanya komunikasi yang lebih interaktif antara bisnis dan konsumen [7].

Bagas *Laundry* merupakan salah satu usaha *Laundry* di Kota Padang yang mulai menerapkan transformasi digital untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan daya saing bisnis. Sebelum penerapan transformasi digital, Bagas *Laundry* masih menggunakan sistem pemasaran konvensional dan pengelolaan operasional secara manual. Kondisi tersebut menyebabkan proses pelayanan kurang efisien dan jangkauan pemasaran masih terbatas pada wilayah sekitar usaha.

Setelah menerapkan strategi *digital marketing* melalui media sosial, situs web, dan integrasi pembayaran digital, Bagas *Laundry* mengalami peningkatan pada berbagai aspek bisnis, seperti peningkatan pangsa pasar, efisiensi operasional, dan kepuasan pelanggan. Selain itu, penerapan otomatisasi proses bisnis membantu mempercepat waktu pelayanan dan mengurangi kesalahan operasional.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan transformasi digital melalui strategi *digital marketing* dan otomatisasi proses bisnis pada Bagas *Laundry* serta mengevaluasi dampaknya terhadap peningkatan kinerja bisnis, efisiensi operasional, dan kepuasan pelanggan.

## 2. Material and methods

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus (*case study*) pada kelompok usaha Bagas *Laundry* yang berlokasi di Kota Padang. Metode studi kasus digunakan untuk menganalisis penerapan strategi *digital marketing* dan dampaknya terhadap peningkatan kinerja bisnis *Laundry* setelah proses transformasi digital dilakukan. Menurut Johnson dan Davis, metode studi kasus efektif digunakan untuk menganalisis implementasi transformasi digital pada usaha jasa skala kecil dan menengah [1]. Penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif melalui pengumpulan data operasional usaha sebelum dan sesudah implementasi strategi digital.

### 2.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah kelompok usaha Bagas *Laundry* yang bergerak pada bidang jasa pencucian pakaian, layanan *express*, dan pembersihan karpet. Usaha ini mulai menerapkan strategi transformasi digital pada tahun 2022 melalui penggunaan media sosial, sistem pembayaran digital, dan teknologi pendukung operasional bisnis. Menurut Brown, penerapan teknologi otomatisasi dalam bisnis *Laundry* mampu meningkatkan efisiensi pelayanan dan kualitas operasional usaha [2]. Profil usaha yang digunakan pada penelitian ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1: Profil Kelompok Usaha Bagas Laundry

Parameter	Keterangan
Nama Usaha	Bagas Laundry
Tahun Berdiri	2018
Lokasi	Kota Padang
Bidang Usaha	Jasa Laundry
Jumlah Karyawan	5 Orang
Layanan	Laundry pakaian, <i>express</i> , dan karpet

## 2.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi data operasional usaha. Observasi dilakukan untuk melihat perubahan sistem operasional sebelum dan sesudah penerapan teknologi digital. Wawancara dilakukan kepada pemilik usaha dan karyawan untuk memperoleh informasi mengenai strategi pemasaran dan penggunaan teknologi digital dalam operasional Laundry.

Selain itu, data pendukung diperoleh dari dokumentasi laporan pendapatan usaha, biaya operasional, jumlah pelanggan, dan aktivitas pemasaran digital selama periode penelitian. Menurut McKinsey & Company, penggunaan data operasional dan analisis pelanggan dapat membantu pelaku usaha dalam meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan bisnis [5].

## 2.3 Implementasi Digital Marketing

Strategi *digital marketing* yang diterapkan pada Bagas Laundry meliputi beberapa tahapan, yaitu:

- Pembuatan akun media sosial sebagai media promosi usaha.
- Penyebaran konten promosi dan informasi layanan melalui platform digital.
- Penggunaan *email marketing* untuk memberikan informasi promosi kepada pelanggan.
- Penerapan *Search Engine Optimization (SEO)* untuk meningkatkan visibilitas usaha pada pencarian online.
- Integrasi sistem pembayaran digital untuk mempermudah transaksi pelanggan.

2.4 Menurut *Digital Marketing Journal*, strategi pemasaran digital mampu meningkatkan keterlibatan pelanggan dan memperluas jangkauan promosi usaha secara signifikan [3]. Selain itu, penggunaan media sosial dalam bisnis jasa memberikan pengaruh positif terhadap persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan [10].

## 2.5 Parameter Pengukuran

Parameter yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- Pangsa pasar (*market share*)  
Pengukuran dilakukan berdasarkan peningkatan jumlah pelanggan setelah penerapan strategi digital.
- Pendapatan usaha  
Data pendapatan digunakan untuk mengetahui peningkatan keuntungan usaha setelah transformasi digital dilakukan.
- Efisiensi operasional  
Efisiensi operasional diukur berdasarkan perubahan waktu pelayanan dan pengurangan biaya operasional usaha. Jones dan Smith menyatakan bahwa

penerapan teknologi pada layanan *Laundry* dapat meningkatkan efisiensi proses bisnis secara signifikan [14].

d. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan dianalisis berdasarkan tingkat retensi pelanggan dan umpan balik pelanggan terhadap layanan usaha. Loyalty360 menjelaskan bahwa peningkatan kualitas layanan digital mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dalam bisnis jasa [6].

e. *Return on Investment* (ROI)

Perhitungan ROI digunakan untuk mengetahui efektivitas investasi yang dilakukan pada implementasi *digital marketing*. Menurut Brown dan Jones, analisis ROI diperlukan untuk mengevaluasi keberhasilan strategi pemasaran digital terhadap pertumbuhan bisnis [15].

Perhitungan ROI menggunakan persamaan berikut:

$$ROI = \frac{\text{Pendapatan Bersih} - \text{Investasi}}{\text{Investasi}} \times 100\%$$

Keterangan :

ROI = *Return on Investment* (%)

Pendapatan Bersih = keuntungan setelah implementasi digital

Investasi = biaya implementasi strategi *digital marketing*

## 2.6 Analisis Data

Data penelitian dianalisis menggunakan metode deskriptif dengan membandingkan kondisi bisnis sebelum dan sesudah penerapan transformasi digital. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel dan pembahasan untuk menunjukkan perubahan kinerja usaha setelah implementasi strategi *digital marketing*. Menurut Smith dan Davis, analisis perbandingan sebelum dan sesudah implementasi digital dapat digunakan untuk mengukur efektivitas transformasi digital pada bisnis jasa [4].

## 3. Results and discussion

### 3.1 *Impelementation of Digital Marketing Strategy*

Penerapan strategi digital marketing pada Bagas *Laundry* dilakukan melalui penggunaan media sosial, promosi berbasis konten digital, email marketing, serta integrasi pembayaran digital. Strategi ini diterapkan untuk meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas jangkauan pelanggan. Menurut Digital Marketing Journal, penggunaan media digital dalam pemasaran mampu meningkatkan keterlibatan pelanggan dan memperkuat hubungan antara pelanggan dengan pelaku usaha [3].

Bagas *Laundry* memanfaatkan platform media sosial sebagai sarana promosi utama dengan membagikan informasi layanan, promo pelanggan, dan dokumentasi hasil pelayanan *Laundry*. Selain itu, usaha ini mulai menggunakan sistem pembayaran digital untuk mempermudah transaksi pelanggan dan meningkatkan efisiensi pelayanan. Johnson dan White menjelaskan bahwa penggunaan media sosial memberikan pengaruh signifikan terhadap persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan suatu bisnis [10].

### 3.2 *Market Share Growth*

Sebelum penerapan strategi digital marketing, pangsa pasar Bagas *Laundry* berada pada kisaran 10%. Setelah implementasi pemasaran digital pada tahun 2022, pangsa pasar meningkat menjadi 45%. Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh bertambahnya jumlah pelanggan yang mengetahui layanan usaha melalui media sosial dan promosi digital.

Selain itu, aktivitas promosi melalui media sosial membantu meningkatkan interaksi pelanggan dengan usaha *Laundry* secara lebih aktif. Menurut Pew Research Center, penggunaan media sosial yang tinggi di masyarakat menjadikan platform digital sebagai sarana efektif untuk menjangkau pelanggan baru [12].

### 3.3 *Website Traffic and Customer Conversion*

Implementasi strategi *digital marketing* memberikan dampak terhadap peningkatan lalu lintas promosi dan keterlibatan pelanggan. Berdasarkan data penelitian, terjadi peningkatan aktivitas pelanggan sebesar 150% dalam enam bulan pertama setelah penerapan strategi digital marketing. Selain itu, tingkat konversi pelanggan meningkat sebesar 80% dibandingkan sebelum transformasi digital dilakukan.

Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh penggunaan konten promosi yang lebih interaktif serta penerapan strategi *Search Engine Optimization (SEO)*. Search Engine Journal menjelaskan bahwa optimasi pencarian lokal dapat meningkatkan visibilitas bisnis jasa pada hasil pencarian online [13].

### 3.4 *Operational Efficiency Improvement*

Penerapan teknologi otomatisasi dan sistem pembayaran digital memberikan dampak positif terhadap efisiensi operasional bisnis *Laundry*. Berdasarkan hasil penelitian, efisiensi operasional meningkat sebesar 30%, sedangkan waktu pemrosesan pesanan berkurang hingga 40% dibandingkan sistem sebelumnya.

Peningkatan efisiensi tersebut terjadi karena proses pencatatan transaksi dan pengelolaan data pelanggan dilakukan secara digital sehingga mengurangi kesalahan pencatatan manual. Brown menyatakan bahwa penggunaan teknologi otomatisasi pada bisnis *Laundry* dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan mempercepat proses operasional usaha [2].

### 3.5 *Employee Productivity Improvement*

Transformasi digital juga memberikan pengaruh terhadap peningkatan produktivitas karyawan. Pelatihan penggunaan teknologi digital dan pemasaran online membantu karyawan memahami sistem operasional baru yang diterapkan pada usaha *Laundry*. Berdasarkan hasil penelitian, produktivitas karyawan meningkat sebesar 25% setelah implementasi teknologi digital dilakukan.

Davis dan Green menjelaskan bahwa pelatihan teknologi digital pada karyawan dapat meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan sistem kerja dan mendukung keberhasilan transformasi digital dalam bisnis jasa [8].

### 3.6 *Customer Satisfaction and Retention*

Peningkatan kualitas pelayanan dan responsivitas terhadap pelanggan memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, tingkat kepuasan pelanggan meningkat hingga 90% dengan tingkat retensi pelanggan berada di atas 80%.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kecepatan pelayanan, kemudahan transaksi digital, dan komunikasi yang lebih aktif melalui media sosial. Loyalty360 menjelaskan bahwa keterlibatan pelanggan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang [6].

Selain itu, kampanye email marketing dan promosi media sosial membantu meningkatkan hubungan pelanggan dengan usaha *Laundry*. Menurut Campaign Monitor, strategi email marketing yang tepat sasaran mampu meningkatkan efektivitas komunikasi bisnis dengan pelanggan [9].

### 3.7 *Business Performance Analysis*

Analisis kinerja bisnis dilakukan dengan membandingkan kondisi usaha sebelum dan sesudah penerapan transformasi digital. Hasil analisis menunjukkan adanya

peningkatan penjualan, retensi pelanggan, dan keuntungan bersih usaha setelah implementasi strategi digital marketing.

Tabel 2: *Business Performance Analysis Before and After Digital Transformation*

Indikator Kinerja	Sebelum Transformasi	Setelah Transformasi	Perubahan
Penjualan	Rp2.500.000	Rp3.500.000	+140%
Retensi Pelanggan	75%	85%	+10%
Biaya Operasional	Rp1.500.000	Rp1.350.000	-10%
Keuntungan Bersih	Rp800.000	Rp2.200.000	+275%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan performa bisnis laundry. McKinsey & Company menjelaskan bahwa penggunaan analisis data dan sistem digital mampu meningkatkan produktivitas dan efektivitas operasional bisnis [5]

### 3.8 Return on Investment (ROI) Analysis

Analisis ROI dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas investasi pada implementasi strategi digital marketing. Berdasarkan hasil penelitian, ROI usaha mengalami peningkatan selama periode implementasi digital pada tahun 2022.

Tabel 3: *ROI Analysis of Bagas Laundry Business*

Periode	Investasi (Rp)	Pendapatan Bersih (Rp)	ROI (%)
Januari	500.000	250.000	50%
Februari	600.000	1.000.000	66,67%
Maret	1.500.000	2.500.000	66,67%
April	1.800.000	3.000.000	66,67%
Mei	2.000.000	3.500.000	75,00%
Juni	2.200.000	4.000.000	81,82%
Juli	2.500.000	4.500.000	80,00%
Agustus	2.800.000	5.000.000	78,57%
September	3.000.000	5.499.000	83,33%
Oktober	3.200.000	6.000.000	87,50%
November	3.500.000	6.499.000	85,71%
Desember	3.800.000	6.999.000	84,21%

Perhitungan ROI menggunakan persamaan berikut:

$$ROI = \frac{\text{Pendapatan Bersih} - \text{Investasi}}{\text{Investasi}} \times 100\%$$

Hasil analisis menunjukkan bahwa implementasi *digital marketing* memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan dan efisiensi usaha. Brown dan Jones menyatakan bahwa strategi pemasaran digital yang terukur mampu meningkatkan pertumbuhan bisnis dan efektivitas investasi usaha [15].

### 3.9 Discussion

Berdasarkan hasil penelitian, transformasi digital memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan bisnis Bagas Laundry. Penerapan strategi digital marketing

mampu meningkatkan pangsa pasar, keterlibatan pelanggan, efisiensi operasional, dan keuntungan usaha. Selain itu, penggunaan teknologi digital membantu pelaku usaha dalam melakukan promosi yang lebih efektif dan mempercepat proses pelayanan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Johnson dan Davis yang menyatakan bahwa transformasi digital pada bisnis jasa mampu meningkatkan daya saing usaha dan memperluas peluang pertumbuhan bisnis [1]. Selain itu, implementasi teknologi otomatisasi juga membantu meningkatkan kualitas layanan dan produktivitas operasional bisnis laundry [14].

#### 4. Conclusion

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan transformasi digital pada kelompok usaha Bagas Laundry memberikan dampak positif terhadap peningkatan kinerja bisnis laundry. Implementasi strategi *digital marketing* melalui media sosial, *email marketing*, *Search Engine Optimization (SEO)*, serta integrasi pembayaran digital mampu meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas pangsa pasar. Setelah penerapan strategi digital, pangsa pasar usaha meningkat dari 10% menjadi 45%, disertai peningkatan aktivitas pelanggan dan tingkat konversi pelanggan.

Penerapan teknologi digital juga memberikan peningkatan terhadap efisiensi operasional usaha. Penggunaan sistem otomatisasi dan pencatatan digital membantu mempercepat proses pelayanan dan mengurangi kesalahan operasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efisiensi operasional meningkat sebesar 30% dan waktu pemrosesan pesanan berkurang hingga 40%. Selain itu, pelatihan teknologi digital kepada karyawan memberikan dampak terhadap peningkatan produktivitas kerja sebesar 25%.

Dari sisi pelanggan, peningkatan kualitas pelayanan dan komunikasi digital memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan tingkat retensi pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan meningkat hingga 90% dengan retensi pelanggan berada di atas 80%. Hasil analisis *Return on Investment (ROI)* juga menunjukkan bahwa investasi pada strategi *digital marketing* memberikan keuntungan yang positif terhadap pertumbuhan bisnis laundry.

Secara keseluruhan, transformasi digital menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing bisnis laundry di era modern. Penggunaan teknologi digital tidak hanya membantu meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan analisis pada penggunaan teknologi berbasis aplikasi dan sistem otomatisasi yang lebih kompleks untuk meningkatkan kualitas layanan bisnis laundry.

#### References

- [1] R. Johnson and M. Davis, "Digital Transformation in Laundry Businesses: A Comprehensive Review," 2021.
- [2] A. Brown, "The Role of Automation in Laundry Operations: A Case Study Analysis," 2022.
- [3] "Strategies for Customer Engagement in the Digital Era," *Digital Marketing Journal*, 2019.
- [4] J. Smith and M. Davis, "Challenges and Solutions in Implementing Digital Transformation in Laundry Services," 2022.

- [5] *Harnessing Data Analytics for Business Growth*, McKinsey & Company, 2020.
- [6] "Building Customer Loyalty through Digital Initiatives," *Loyalty360*, 2019.
- [7] "Strategies for Diversifying Laundry Services for Increased Revenue," *Harvard Business Review*, 2022.
- [8] M. Davis and S. Green, "Impact of Employee Training on Successful Digital Transformation," 2022.
- [9] "Email Marketing Best Practices for Small Businesses," *Campaign Monitor*, 2020.
- [10] R. Johnson and L. White, "The Influence of Social Media on Customer Perception in Laundry Businesses," 2021.
- [11] "Mobile Apps and Customer Retention: A Study of Laundry Services," *Digital Marketing Institute*, 2021.
- [12] "Social Media Usage Trends in 2021," *Pew Research Center*, 2021.
- [13] "Local SEO Strategies for Laundry Businesses," *Search Engine Journal*, 2022.
- [14] P. Jones and J. Smith, "The Role of Technology in Enhancing Laundry Services," 2022.
- [15] A. Brown and P. Jones, "Digital Marketing Trends for Laundry Businesses in the Next Decade," 2023.