

**PKM Pelatihan dan Pendampingan *Digital Marketing, Financial Management* dan *Customer Relationship Management* pada Phadma Laundry and Dry Cleaning Bali*****Community Partnership Program Training and Mentoring Digital Marketing, Financial Management and Customer Relationship Management in Phadma Laundry and Dry Cleaning Bali***

**Ida Bagus Kurniawan\*, I Made Dwi Wira Ardana, I Gede Pramana Ade Saputra,  
Any Setiyawati, I Gede Deddy Rahmat, Natalia Sri Endah Kurniawati,  
Jatmiko Wahyu Nugroho**

Universitas Dhyana Pura  
Jalan Raya Padang Luwih Tegaljaya, Dalung, Kuta Utara, Badung, Bali

\*Email: baguskurniawan@undhirabali.ac.id

(Diterima 18-11-2024; Disetujui 05-02-2025)

**ABSTRAK**

Program Kemitraan Masyarakat dilaksanakan di Phadma Laundry And Dry Cleaning Bali. Phadma Laundry And Dry Cleaning Bali merupakan usaha *laundry* yang memiliki beberapa cabang di Bali. Beberapa permasalahan yang diungkapkan oleh pihak mitra antara lain ketidakpahaman mengenai teknik pemasaran dengan media digital, pengelolaan hubungan dengan *customer* dalam waktu jangka panjang dan pengelolaan keuangan. Solusi yang diberikan tim pengabdian yaitu memberikan pelatihan dan pendampingan pemasaran digital untuk mengembangkan *Digital Marketing* pada Phadma Laundry and Dry Cleaning Bali, pelatihan dan pendampingan *Financial Management* untuk pengelolaan keuangan pada Phadma Laundry and Dry Cleaning Bali, serta pelatihan dan pendampingan *Customer Relationship Management* guna memberikan pemahaman mengenai pengelolaan hubungan dengan *customer*. Metode yang digunakan yaitu *community development* dan *educative technique*. Dampak dan capaian dari pengabdian ini yaitu mitra dalam hal ini pihak Phadma Laundry dapat mengembangkan usaha dan meningkatkan pelayanan kepada *customer*. Berdasarkan kegiatan PKM (Program Kemitraan Masyarakat) yang telah dilakukan, didapatkan hasil pengabdian telah mencapai target yang telah ditetapkan, perangkat yang diberikan dapat digunakan dengan baik oleh Mitra serta terdapat peningkatan pemahaman mengenai *Digital Marketing, Financial Management* dan *Customer Relationship Management* pada pihak mitra hal ini dapat dilihat dari hasil kuesioner *pretest* dan *post test*.

*Kata kunci: Digital Marketing, Financial Management, Customer Relationship Management, Phadma Laundry*

**ABSTRACT**

*The Community Partnership Program is implemented at Phadma Laundry And Dry Cleaning Bali. Phadma Laundry And Dry Cleaning Bali is a laundry business that has several branches in Bali. Some of the problems expressed by partners included a lack of understanding regarding marketing techniques with digital media, managing relationships with customer in the long term and financial management. The solution provided by the service team is to provide digital marketing training and assistance to develop Digital Marketing at Phadma Laundry and Dry Cleaning Bali, training and mentoring Financial Management for financial management at Phadma Laundry and Dry Cleaning Bali, as well as training and mentoring Customer Relationship Management to provide an understanding of managing relationships with customer. The method used is community development and educative technique. The impact and achievements of this service are that partners, in this case Phadma Laundry, can develop their business and improve services to them customer. Based on the PKM (Community Partnership Program) activities that have been carried out, it was found that the results of the service had achieved the targets that had been set, the equipment provided could be used well by Partners and there was an increase in understanding regarding Digital Marketing, Financial Management and Customer Relationship Management on the partner side, this can be seen from the results of the questionnaire pretest and post test.*

*Keywords: Digital Marketing, Financial Management, Customer Relationship Management, Phadma Laundry*

## PENDAHULUAN

Program Kemitraan Masyarakat Pelatihan dan Pendampingan dilaksanakan di Phadma Laundry and Dry Cleaning Bali, Jl. Ahmad Yani Utara No. 140, Peguyangan, Kec. Denpasar Utara, Kota Denpasar, Bali. Phadma Laundry and Dry Cleaning Bali resmi dibuka sejak 17 November 2020. *Laundry* ini didirikan oleh Bapak I Made Dwi Wisnu Adi Putra. Sebagai pengelola bisnis *laundry* beliau mengalami beberapa kendala dalam mengembangkan bisnis. Kendala yang dialami pihak mitra antara lain pemasaran yang kurang optimal, pengelolaan keuangan dan ketidakpahaman standar hubungan dengan *customer*. Solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan yaitu memberikan pengetahuan mengenai pemanfaatan teknologi dalam pemasaran (*digital marketing*), pengelolaan keuangan (*financial management*) serta pemberian pemahaman mengenai standar hubungan dengan *customer* (*customer relationship management*). Menurut Coviello dalam Fawaid (2017), *digital marketing* adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi. Menurut Farah Margaretha (2014), *financial management* adalah proses pengambilan keputusan tentang asset, pembiayaan dari asset tersebut, dan pendistribusian dari seluruh *cash flow* yang potensial yang dihasilkan dari asset. Menurut Kotler & Keller dalam Laksmana, Eka, Kusuma & Landra (2018), *customer relationship management* adalah proses memaksimalkan loyalitas pelanggan dengan cara mengelola informasi terperinci tentang setiap pelanggan dengan sebaik mungkin. Dampak dan capaian terukur yang diharapkan dari program kemitraan masyarakat ini yaitu pihak Phadma Laundry and Dry Cleaning Bali dapat mengembangkan usaha serta membagikan ilmu yang didapat kepada usaha sejenis sehingga usaha lain mendapatkan pengetahuan dalam mengelola usaha secara profesional.

## BAHAN DAN METODE

Lokasi Pengabdian yaitu Phadma Laundry and Dry Cleaning Bali. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada bulan Agustus 2024. Kelompok sasaran yang dituju adalah pengelola dan karyawan Phadma Laundry and Dry Cleaning Bali. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada kegiatan ini adalah penyebaran kuesioner *pretest* dan *post test* untuk mengetahui kemampuan peserta sebelum dan setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan. Alat dan bahan yang digunakan yaitu web sebagai media promosi Phadma Laundry dan Cleaning Bali. Metode pemberdayaan masyarakat yang digunakan adalah *community development* (pengembangan komunitas) dan edukasi. Adapun daftar kemampuan yang diharapkan dari peserta setelah mengikuti pengabdian ini antara lain sebagai berikut.

1. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan mengenai *digital marketing*. Peserta pengabdian mendapat pemahaman tentang *digital marketing* sehingga dapat mengenalkan *laundry* ke khalayak luas serta meningkatkan jumlah *customer*.
2. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan mengenai *financial management*. Peserta pengabdian mendapat pemahaman tentang *financial management* sehingga mitra dapat mengelola keuangan usaha dengan baik.
3. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan mengenai *customer relationship management*. Peserta pengabdian mendapat pemahaman tentang *customer relationship management* sehingga mitra dapat menjalin hubungan yang baik dengan *customer* dalam waktu yang lama dan *customer* dapat merekomendasikan *laundry* kepada rekanan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pembukaan Kegiatan PKM (Program Kemitraan Masyarakat)

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada tanggal 23-24 Agustus 2024. Yang dimulai dengan pembukaan kegiatan pengabdian. Kegiatan PKM (Program Kemitraan Masyarakat) dibuka oleh Ketua Pengabdian Bapak Ida Bagus Kurniawan, S.Kom., M.Kom. Kegiatan dihadiri oleh mitra pengabdian yaitu Bapak I Made Dwi Wisnu Adi Putra selaku pemilik Phadma Laundry and Dry Clean Bali beserta seluruh staff Phadma Laundry and Dry Clean Bali.



Gambar 1. Kegiatan Pembukaan PKM (Program Kemitraan Masyarakat)

### ***Pelatihan Digital Marketing***

Setelah kegiatan pembukaan dilanjutkan dengan Pelatihan *Digital Marketing* oleh Bapak I Gede Pramana Ade Saputra, S.Kom., M.Kom. Dalam kegiatan pelatihan digital marketing Bapak Ade menyampaikan pentingnya digital marketing dalam pengelolaan usaha. Penggunaan digital marketing dianggap penting untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang ada. Jenis digital marketing yang disampaikan oleh Pak Ade adalah Web Marketing. Dalam kegiatan pelatihan digital marketing terdapat pula presentasi web yang telah dibuat oleh tim pengabdian untuk pihak Phadma Laundry and Dry Cleaning Bali.



Gambar 2. Pelatihan *Digital Marketing*

### ***Pelatihan Customer Relationship Management***

Pelatihan *Customer Relationship Management* (CRM) oleh Bapak I Made Dwi Wira Ardana, SE.,MM. Dalam kegiatan pelatihan CRM Bapak Dwi Wira menyampaikan CRM adalah strategi bisnis yang bertujuan untuk memahami dan mengelola kebutuhan pelanggan, baik saat ini maupun yang potensial di masa depan. Beliau menyampaikan CRM penting karena pihak mitra dapat memberikan layanan yang lebih baik dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Adapun beberapa strategi CRM yang beliau sampaikan antara lain : Personalisasi Layanan, Analisis Data Pelanggan, Tanggapan Cepat Terhadap Masalah, Efisiensi Operasional dan Meningkatkan Retensi Pelanggan.



Gambar 3. Pelatihan *Customer Relationship Management*

### Penyebaran Kuesioner

Pihak Mitra Pengabdian yaitu Phadma Laundry and Dry Clean diminta untuk mengisi kuesioner *pretest* dan *post test* guna mengetahui pemahaman pihak mitra terhadap materi pelatihan yang telah diberikan.



Gambar 4. Penyebaran Kuesioner

### Penyerahan Barang

Penyerahan barang berupa web sebagai media promosi serta plakat kepada pihak mitra pengabdian.



Gambar 5. Penyerahan Barang

### Pelatihan *Financial Management*

Dalam kegiatan pelatihan *Financial Management* Ibu Any Setiyawati, S.Sos.,M.A.B menyampaikan beberapa hal yang penting dalam pembuatan laporan keuangan, beliau menjelaskan bagaimana cara membuat laporan keuangan yang singkat dan mudah dipahami oleh berbagai pihak terkait dengan bisnis *laundry*. Dan Beliau juga mengadakan diskusi mengenai laporan keuangan dan model *financial management* kepada pihak Phadma Laundry and Dry Clean.



Gambar 6. Pelatihan *Financial Management*

## Hasil Kuesioner Pengabdian

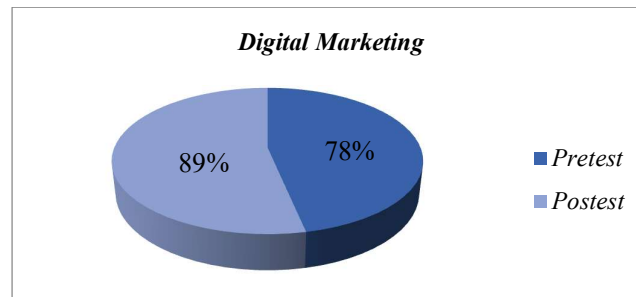
Setelah penyebaran kuesioner langkah selanjutnya pengolahan hasil. Berdasarkan kuesioner pretest dan post test yang dibagikan terdapat peningkatan pengetahuan mengenai *Digital Marketing*, *Financial Management* dan *Customer Relationship Management*. Adapun hasil pengabdian dijabarkan sebagai berikut.

### 1. Hasil Pretest dan Post Test Digital Marketing

**Tabel 1. Hasil Pretest dan Post Test Digital Marketing**

No	Data Responden	Hasil Pretest (%)	Hasil Posttest (%)
1	Responden 1	74%	76%
2	Responden 2	56%	76%
3	Responden 3	80%	82%
4	Responden 4	72%	82%
5	Responden 5	78%	84%
6	Responden 6	82%	84%
7	Responden 7	84%	98%
8	Responden 8	68%	86%
9	Responden 9	86%	92%
10	Responden 10	78%	98%
11	Responden 11	86%	92%
12	Responden 12	78%	98%
13	Responden 13	86%	92%
14	Responden 14	78%	98%
15	Responden 15	86%	92%
<b>Total Persentase</b>		<b>78%</b>	<b>89%</b>

(Sumber: Data Primer,2024)



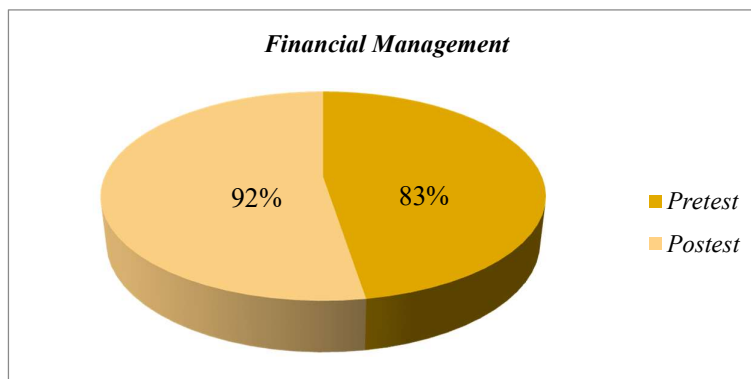
**Gambar 7. Diagram Hasil Pretest dan Post Test Digital Marketing**

### 2. Hasil Pretest dan Post Test Financial Management

**Tabel 2. Hasil Pretest dan Post Test Financial Management**

No	Data Responden	Hasil Pretest (%)	Hasil Posttest (%)
1	Responden 1	76%	92%
2	Responden 2	90%	98%
3	Responden 3	80%	96%
4	Responden 4	68%	72%
5	Responden 5	72%	80%
6	Responden 6	92%	96%
7	Responden 7	94%	98%
8	Responden 8	80%	96%
9	Responden 9	82%	90%
10	Responden 10	88%	96%
11	Responden 11	82%	90%
12	Responden 12	88%	94%
13	Responden 13	82%	90%
14	Responden 14	88%	96%
15	Responden 15	82%	90%
<b>Total Persentase</b>		<b>83%</b>	<b>92%</b>

(Sumber: Data Primer,2024)



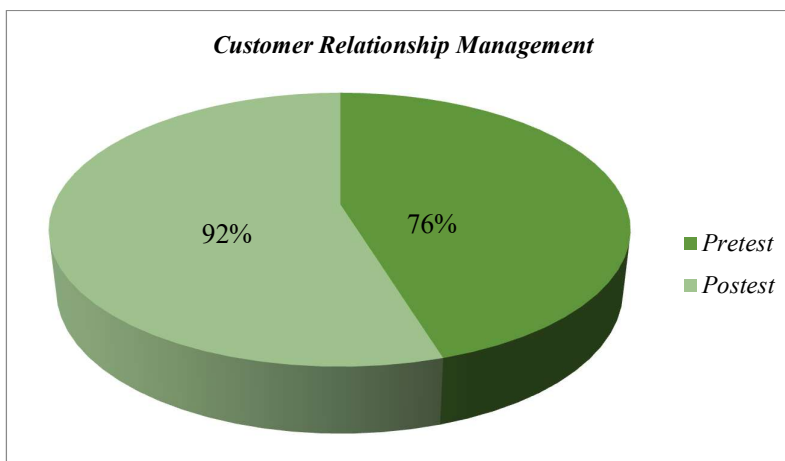
Gambar 8. Diagram Hasil *Pretest* dan *Post Test Financial Management*

### 3. Hasil *Pretest* dan *Post Test Customer Relationship Management*

Tabel 3. Hasil *Pretest* dan *Post Test Customer Relationship Management*

No	Data Responden	Hasil <i>Pretest</i> (%)	Hasil <i>Posttest</i> (%)
1	Responden 1	84%	96%
2	Responden 2	76%	92%
3	Responden 3	92%	96%
4	Responden 4	68%	88%
5	Responden 5	66%	86%
6	Responden 6	84%	86%
7	Responden 7	84%	96%
8	Responden 8	70%	90%
9	Responden 9	70%	90%
10	Responden 10	80%	96%
11	Responden 11	70%	90%
12	Responden 12	80%	96%
13	Responden 13	70%	90%
14	Responden 14	80%	96%
15	Responden 15	70%	90%
<b>Total Persentase</b>		<b>76%</b>	<b>92%</b>

(Sumber: Data Primer,2024)



Gambar 9. Diagram Hasil *Pretest* dan *Post Test Customer Relationship Management*

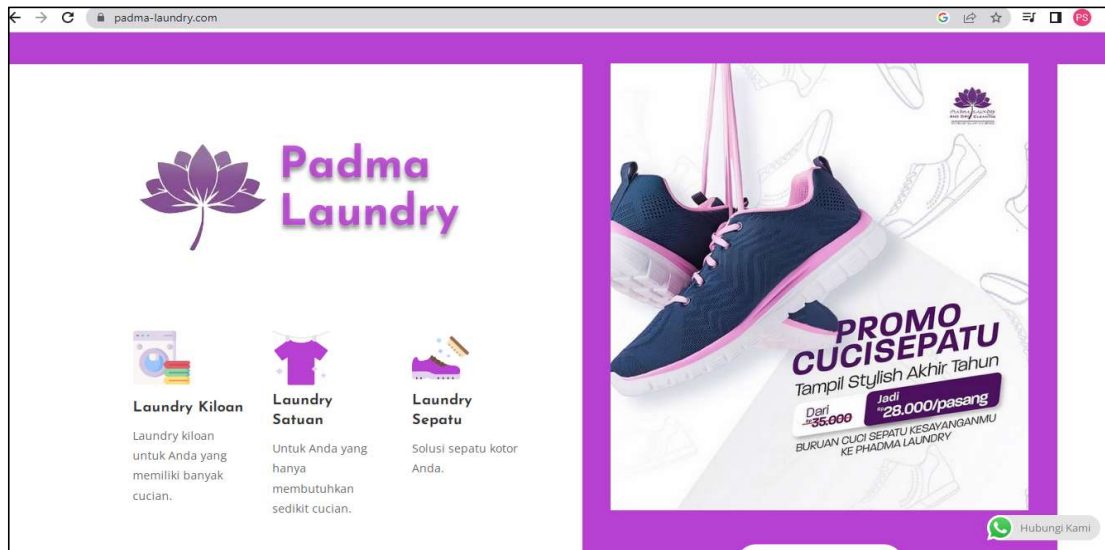
### Pendampingan *Digital Marketing, Financial Management, dan Customer Relationship Management*

Adapun beberapa kegiatan pendampingan yang telah dilakukan yaitu pembuatan dan pengoperasian web sebagai media pemasaran, pembuatan dan pelaksanaan SOP *Financial*

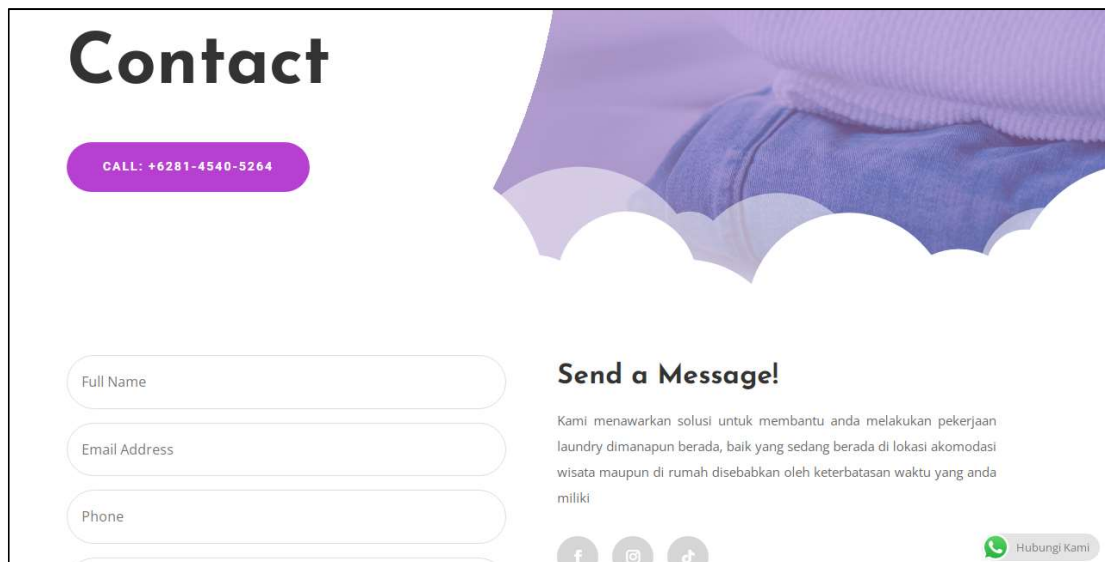
*Management*, serta pembuatan dan pelaksanaan SOP *Customer Reltionship Management*. Berikut hasil dari pendampingan.

### **Pendampingan *Digital Marketing***

Setelah pelaksanaan pelatihan tim pengabdian melanjutkan kegiatan dengan melaksanakan beberapa kegiatan pendampingan pada pihak mitra. Kegiatan pendampingan Pemasaran Digital (*Digital Marketing*) yang telah dilakukan yaitu pengoperasian web pemasaran yang telah dibuat. Berikut tampilan dari halaman web.



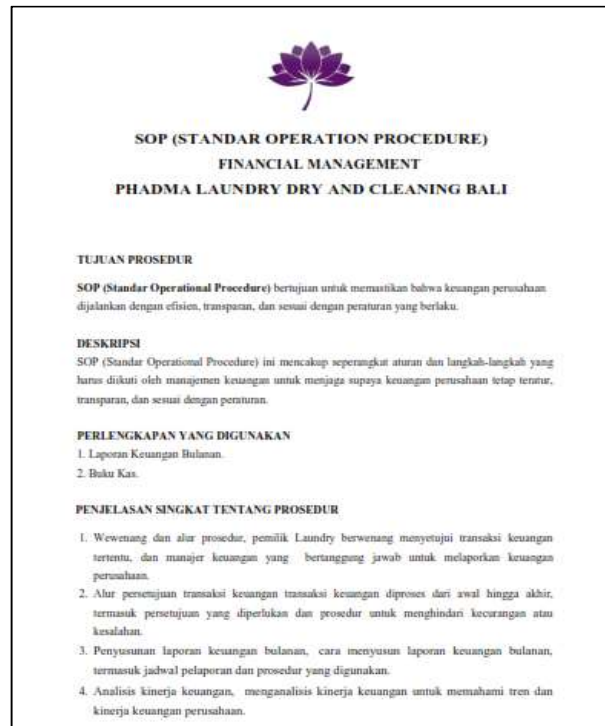
**Gambar 10. Gambar Halaman Utama Web**



**Gambar 11. Gambar Halaman Kontak**

### **Pendampingan *Financial Management***

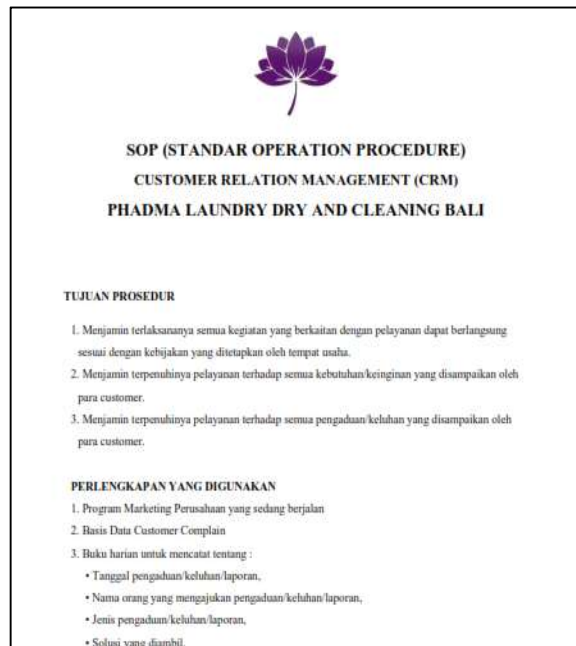
Kegiatan pendampingan *Financial Management* yang dilakukan yaitu berupa pembuatan dan penerapan SOP (*Standart Operational Procedure*) *Financial Management*. SOP dibuat untuk menjadi acuan *owner laundry* dalam mengelola keuangan perusahaan. Berikut ini tampilan SOP (*Standart Operational Procedure*) *Financial Management*.



**Gambar 12. SOP *Financial Management***

### **Pendampingan *Customer Relationship Management***

Kegiatan pendampingan *Customer Relationship Management* yang dilakukan yaitu berupa pembuatan dan penerapan SOP (*Standart Operational Procedure Customer Relationship Management*). SOP dibuat untuk menjadi acuan *owner laundry* dalam mengelola hubungan dengan pelanggan. Berikut ini tampilan SOP (*Standart Operational Procedure Customer Relationship Management*).



**Gambar 13. SOP *Customer Relationship Management***



### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan didapatkan kesimpulan terjadi peningkatan pengetahuan tentang *Digital Marketing*, *Financial Management*, dan *Customer Relationship Management* hal ini dapat diketahui dari hasil *pretest* dan *post test* peserta setelah pelatihan. Sedangkan untuk kegiatan pendampingan yang berupa pengoperasian web sebagai media pemasaran, pembuatan dan penerapan SOP (*Standar Operational Procedure*) *Financial Management*, pembuatan dan penerapan SOP *Customer Relationship Management* dapat digunakan untuk meningkatkan mutu dan kualitas Phadma Laundry and Dry Cleaning Bali. Saran yang dapat diberikan yaitu kegiatan PKM tetap perlu dilakukan secara berkelanjutan dengan mengangkat tema yang berbeda demi mengembangkan usaha kedepannya.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Program Kemitraan Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Dhyana Pura yang telah mendanai kegiatan ini. Terima kasih kepada pihak Phadma Laundry and Dry Cleaning yang telah bersedia menjadi mitra pengabdian. Dan tak lupa terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung kelancaran acara pengabdian.

### DAFTAR PUSTAKA

- Army Justiti.(2021). Pelatihann dan Pendampingan Digital Marketing Bagi UMKM Jasa Laundry Menuju UMKM Go Digital. *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat*, Vol. 2, No. 2.
- Darmawan, A., & Laksamana, P. (2022). Pelatihan Online Financial Management dan Desain Bagi Pemula Dengan Menggunakan Aplikasi Canva. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 3(1), 32-39.
- Destiana Kumala, Sawqi Saad El Hasan, Thoriq Aziz Mardius, Putri Puspita Sari, Muhammad Ibnu Toyib, Supriata. (2022). Pelatihan Digital Marketing Pada Unit Produksi di SMK Bina Mandiri.Jamin : *Jurnal Abdi Masyarakat Ilmu Pemerintahan*, Vol 1 No 2 Februari (2022) Hal. 53-63.
- Fawaid, A. (2017). Pengaruh Digital Marketing System, terhadap daya saing penjualan susu kambing etawa. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan*. Syariah
- Ginangjar Abdurrahman, Hardian Oktavianto, Ega Yusni Habibie, Anggar Wahyu Hadiyatullah.(2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi dan Pemasaran.Jurnal Universitas Muhammadiyah Jember.
- Hakim, L. N. (2022). Pelatihan Membuat Website Digital Marketing Dengan Google Site Untuk Meningkatkan Kompetensi Keahlian Dikalangan Mahasiswa. *KOMUNITA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 69-73.
- Laksmana, I. N. H., Eka, I. G. A., Kusuma, T., & Landra, I. N. (2018). *Effect of Customer Relationship Management on Customer Satisfaction and Loyalty at PT . Harmoni Permata Gianyar* , Bali.
- Margaretha, F. (2014). Peran Kecerdasan Finansial dalam Meningkatkan Kesejahteraan dan Ekonomi Rakyat Indonesia. *Ilmiah Manajemen Bisnis*, 8(2).
- Purwana Dedi.(2017).Pemanfaatan Digital Marketing UMKM Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, Vol.1, No.1.
- Rahmadieni Yuniar Rizky.(2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Pemasaran Berbasis Teknologi Pada UMKM di Desa Bulusulur. *Basirah Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol.2 No.1.
- Slamet Fauzan (2021). Pendampingan Pengembangan Digital Marketing Desa Wisata Gubugklakah. Kabupaten Malang.Jumat : *Ekonomo Pengabdian Masyarakat*, Vol. 2, No. 3, Desember 2021. Hal. 168 -174.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Financial Management sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89-96.