

# ***BUSINESS PLAN LAUNDRY BERBASIS ONLINE “MBOK LAUNDRY KILOAN CAWANG”***

Amir Ismail

[amir\\_ismail27@yahoo.com](mailto:amir_ismail27@yahoo.com)

Program Studi Magister Manajemen Universitas Bakrie

DOI : 10.36782/jemi.v3i4.2131

**ABSTRAK-** DKI Jakarta merupakan Ibukota Negara Republik Indonesia dengan jumlah tingkat kepadatan penduduk sebesar 92,736 jiwa/ km<sup>2</sup>. Di era global ini kecanggihan teknologi dan media digital sangat banyak digunakan untuk mendukung usaha, termasuk dalam usaha *laundry*. Usaha *laundry* termasuk kedalam bisnis UMKM. *Laundry* merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa. Mbok *Laundry* Kiloan Cawang terletak di wilayah cawang, Jakarta Timur. Mbok *Laundry* Kiloan Cawang menggunakan media sosial seperti aplikasi *Whatsapp*, *Instagram*, dan *Facebook* untuk melakukan media pemasaran maupun promosi. Mbok *Laundry* Kiloan Cawang menggunakan dua metode pembayaran *laundry*, yaitu dengan konvensional (bayar ditempat) dan dengan pembayaran digital (ATM, *Mobile Banking*, OVO, Gopay). Mbok *Laundry* Kiloan Cawang menggunakan analisis SWOT sebagai instrument untuk penerapan dan pengembangan strategi bisnis ke depannya. Penilaian kelayakan rencana bisnis Mbok *Laundry* Kiloan Cawang dilakukan dengan parameter analisis ratio B/C dan *Payback Period*. Hasil penilaian menunjukkan ratio B/C berada di angka 2,56 dengan *Payback Period* selama 1 tahun 2 bulan. Hasil ini menandakan kelayakan bisnis Mbok *Laundry* Kiloan Cawang untuk dapat dijalankan.

**Kata kunci:** *laundry, umkm, perencanaan bisnis, swot, analisa kelayakan bisnis mbok laundry kiloan cawang.*

## **PENDAHULUAN**

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah. Jumlah UMKM di Jakarta sangatlah banyak. Berbagai upaya pengembangan UMKM telah dilakukan, salah satunya dengan membangkitkan dan memperbanyak orang atau pengusaha baru di bidang UMKM, sehingga masyarakat bisa diberi keterampilan dengan harapan keterampilan tersebut menjadi sebuah ide dan terciptanya usaha kreatif yang memberi manfaat bagi perekonomian keluarga dan daerah tersebut. Selain itu, usaha kreatif tersebut juga dapat membuka kesempatan dan lapangan kerja baru bagi masyarakat (Wahyudi, 2012).

Di zaman era digital ini banyak penduduk Jakarta yang menggunakan *Laundry* yang sudah terintegrasi dengan web atau aplikasi digital. Dalam proses ini biasanya mereka akan menggunakan aplikasi atau *by whatsapp* untuk melaundry pakaian mereka. Sistem ini harus ada untuk usaha *laundry* di era digital sekarang ini, karena dapat memudahkan untuk kegiatan bisnis mereka. Biasanya, sistem jemput – antar lebih banyak dipilih oleh mereka yang ingin menggunakan jasa *laundry*. Melihat potensi pasar yang masih sangat terbuka kami berencana membuka bisnis dengan merek “Mbok *Laundry* Kiloan Cawang”. Ide dasarnya adalah mengembangkan jasa pencucian pakaian dan sepatu yang memudahkan konsumen dan menggunakan sistem digital melalui web

atau online. Analisis penelitian ini dilakukan untuk mengurangi dampak kegagalan dan untuk mencapai kunci sukses.

### **A. Tujuan**

- a. Mengetahui dan memahami Analisa pemasaran, STP, SWOT, dan *Matriks* SWOT dalam pengaplikasian terhadap penggunaan strategi pengembangan bisnis dengan metode SWOT.
- b. Menggerakkan roda perekonomian dalam skala kecil dan kedepannya dapat membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat yang ingin berpartisipasi dan membantu dalam menggerakkan bisnis ini.
- c. Dapat dijadikan pedoman pengembangan bisnis mbok laundry kiloan cawang dan sejenisnya.

### **B. Manfaat**

1. Dapat mengetahui strategi yang perlu dilakukan dalam menjalankan bisnis laundry untuk jangka waktu kedepannya
2. Membuka bisnis UMKM untuk menciptakan lowongan kerja baru.

3. Dapat meminimalisir risiko dalam pengembangan bisnis mbok laundry kiloan cawang.

## DESKRIPSI PUSTAKA, DESKRIPSI INDUSTRI, KONSUMEN DAN PESAING

### A. Deskripsi Industri

Menurut Handoko (2009) dalam melakukan kegiatan mencuci baju, para warga di perkotaan sering kali lebih memilih jalan yang lebih praktis yaitu mengandalkan jasa laundry/ binatu untuk menggantikan kegiatan mencuci pakaian. Mereka inilah pasar yang sangat potensial untuk dibidik dalam industri laundry. Dengan alasan kepraktisan serta biaya yang dipandang cukup murah, keberadaan jasa laundry semakin banyak ditemui dengan masing-masing keunggulan demi menarik pelanggan.

### B. Konsumen

Konsumen Mbok Laundry Kiloan Cawang yaitu warga yang tinggal di sekitar perumahan Cawang Baru, penghuni Mt Haryono Residence, penghuni Apartemen MTH Square, penghuni Patria Park Apartemen, penghuni Signature Park Apartemen, penghuni Harper Residence, penghuni Hotel Best Western, penghuni Hotel Dafam Teraskita, penghuni Hotel Ibis Cawang. Konsumen utama kita memang lebih banyak dari hotel dan apartemen yang ada di sekitar Mbok Laundry Kiloan Cawang.

### C. Persaingan

Menurut Kuncoro (2005) tingginya tingkat permintaan jasa pencucian pakaian atau laundry di daerah cawang menjadi salah satu faktor pendorong masyarakat lainnya untuk membuka bisnis laundry. Persaingan antar suatu usaha dengan usaha lainnya memang sudah lazim terjadi. Persaingan adalah keadaan ketika organisasi berperang atau berlomba untuk mencapai hasil atau tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat, survey, atau sumber daya yang dibutuhkan. Untuk dapat menjadi pioneer di dalam persaingan dibutuhkan strategi bersaing yang tepat, cepat, dan akurat. Untuk dapat bertahan di lingkungan persaingan, dibutuhkan strategi dan inovasi yang memberikan keunggulan pada tempat usaha kita dan tidak dimiliki oleh pesaing – pesaing kita. Persaingan sangat penting di dalam suatu usaha. Dengan adanya persaingan kita dapat mengevaluasi kinerja, ide – ide, dan inovasi pada usaha yang kita jalankan.

## DESKRIPSI BISNIS DAN PRODUK

### A. Profil Perusahaan



Gambar 1. Logo Mbok Laundry

Mbok Laundry Kiloan Cawang adalah usaha bisnis di bidang jasa pencucian pakaian yang terletak di daerah cawang. Mbok Laundry Kiloan Cawang berdiri pada tanggal 7 Mei 2019. Awal mula mendirikan usaha ini adalah Karena ada nya peluang yang bisa di ambil dari jenis usaha ini. selain itu, usaha ini terletak di daerah perumahan, perkantoran, apartemen, kos – kosan dan hotel. Minat masyarakat sekitar terhadap laundry sangat antusias. Oleh karena itu, saya ada keinginan untuk membuka bisnis laundry bersama teman saya. Awal mulai dibukanya bisnis ini adalah dengan mengeluarkan modal dari kedua belah pihak dengan perbandingan sebesar 50 : 50. Kita memulai dengan membeli peralatan laundry dan mencari sumber daya manusia untuk menjadi staf kami. Untuk tempat usaha kita sudah ada.

Tabel 1. Profil Mbok Laundry

Merek	Mbok Laundry Kiloan Cawang
Lokasi	Jl. Swadaya III Rt.04 RW.09 No.9 Cipinang Cempedak, Cawang, Jakarta-Timur
Status Hukum	Perseorangan
Bidang Usaha	Jasa Binatu
JenisProduk	Laundry
Telepon	0819.11000.118
Email	laundrycawang@gmail.com
Instagram	@laundrycawang
Website	www.g.page/laundrycawang

### B. Deskripsi Produk

Mbok Laundry secara garis besar merupakan usaha jasa pencucian baju dan pengeringan. Harga laundry antara Rp. 8.000 – Rp 15.000 tergantung jenis pekerjaan dan lamanya waktu laundry.

### C. Lingkup Aspek Perencanaan Bisnis

Mbok Laundry merupakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berdiri tahun 11 Januari 2019 dan bergerak di bidang usaha pencucian baju dan pengeringan yang beralamat Jl. Swadaya III Rt.04 RW.09

No.9 Cipinang Cempedak Cawang Jakarta Timur dengan pangsa pasarnya yaitu konsumen Mbok Laundry Kiloan Cawang yaitu warga yang tinggal di sekitar Jl. Swadaya penghuni Mt Haryono Residence, penghuni Apartement MTH Square.

## METODE

### A. Pengumpulan Data

Metode Teknik pengumpulan data dan analisis data penelitian yang saya lakukan terbagi atas dua data, yaitu data primer dan data sekunder.

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data primer di dapatkan dari hasil observasi kondisi pasar, target pasar, dan tujuan bisnis yang diinginkan.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada. Data primer di dapatkan dari sumber internet, artikel, jurnal, dan buku.

Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2008) kualitatif deskriptif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang biasanya digunakan untuk meneliti pada kondisi objektif yang alamiah dimana peneliti berperan sebagai instrument kunci. Postpositivisme sendiri merupakan kebenaran dari suatu ilmu jika telah diverifikasi oleh berbagai kalangan dengan berbagai cara.

### B. Analisis Pasar

Menurut Kotler dan Keller (2009) pasar adalah suatu tempat secara fisik terlihat dimana pembeli dan penjual bertemu membeli dan menjual barang.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2004) aspek pasar dan pemasaran bertujuan untuk mengetahui berapa besar pasar yang akan dimasuki, struktur dan peluang pasar yang ada, prospek pasar di masa yang akan datang, serta bagaimana strategi pemasaran menyajikan tentang peluang pasar, perkembangan permintaan produk di masa mendatang, kendala-kendala yang dihadapi seperti keberadaan pesaing, serta beberapa strategi yang dilakukan dalam pemasaran.

Menurut Purwantono dan Suwandi (2019) aspek pasar dan pemasaran terkait dengan adanya peluang pasar untuk suatu produk atau jasa yang akan ditawarkan oleh suatu bisnis tersebut, misalnya potensi pasar, customer segmen yang potensial atau seberapa banyak kelompok konsumen yang mempunyai keinginan untuk membeli produk atau jasa yang kita tawarkan, dan seberapa besar market share yang dikuasai oleh para pesaing. Unsur Utama Pemasaran :

#### 1. Segmentasi Pasar

Tindakan identifikasi dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah. Masing- masing memiliki karakteristik, kebutuhan produk dan bauran pemasaran.

Dalam penelitian ini segmentasi mbok laundry adalah masyarakat yang berdomisili di sekitar wilayah Cawang dan penghuni apartement.

#### 2. Targeting

Suatu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. Targeting dalam penelitian ini adalah pria atau wanita berusia produktif dan bekerja atau memiliki usaha yang tidak punya waktu dalam mencuci pakaian serta pengunjung hotel yang berada di wilayah Cawang.

#### 3. Positioning

Penetapan posisi pasar. Tujuan positioning ini adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk ke pasar. Positioning dalam penelitian ini adalah laundry konvensional yaitu dengan pelayanan antar jemput (orderan dengan delivery), pelanggan tidak perlu datang ke laundry dan pembayaran dapat dilakukan secara konvensional dan digital.

### C. Analisis Operasional

Menurut Purwantono dan Suwandi (2019) pada aspek manajemen akan melihat bagaimana mengelola usaha, struktur organisasi dan operasional perusahaan. Penentuan analisis kelayakan aspek teknis yaitu perancangan layanan dalam bentuk standard operational procedure, perencanaan kapasitas layanan berkaitan dengan berapa jumlah layanan yang dihasilkan dalam waktu tertentu dengan mempertimbangkan kapasitas teknis dan peralatan yang dimiliki serta biaya yang paling efisien. Menurut Gunawati dan Sudarwati (2015) adapun teknis operasi melakukan laundry terdapat beberapa kegiatan yang benar-benar harus diperhatikan :

- a. Menerima pakaian kotor dari pelanggan, menimbang pakaian dengan akurat, menghitung banyaknya helai pakaian dan membuat nota tanda pengerjaan.
- b. Seleksi pakaian dan memisahkan pakaian yang memiliki jenis sensitive terhadap mesin, air, ataupun kimia laundry dan pakaian yang memiliki kadar luntur yang tinggi dengan tujuan untuk menghindari resiko kerusakan dan cacat warna pakaian
- c. Tagging bertujuan untuk menghindari pertukaran pakaian antar pelanggan.
- d. Proses mencuci yang terdiri dari :
  1. Pra cuci yaitu merendam pakaian sebelum proses mencuci dengan fungsi mengangkat kotoran yang berat sehingga pada saat proses mencuci tidak ada sisa kotoran yang menempel, proses ini dapat menggunakan kimia khusus yang dapat dibeli di toko kimia.
  2. Mencuci yaitu proses dimana pakaian dibersihkan dalam waktu  $\pm 45 - 60$  menit. Berfungsi sebagai mengangkat segala kotoran

- yang menempel pada pakaian dan menghasilkan pakaian yang bersih.
3. Bilas plus pelembut yaitu tahap membilas pakaian dengan air bersih yang dari proses cuci untuk menetralkan kadar sabun yang berlebihan, biasanya pada proses ini diberikan campuran pelembut.
  4. Pengeringan yaitu tahap terakhir yang mana pakaian akan dikeringkan untuk mengurangi kadar air atau tingkat kelembapan.
- e. Pengeringan dikeringkan 100% dari kadar air menggunakan tenaga matahari atau mesin pengering. Hal ini sangat mempengaruhi hasil pengeringan dengan jika ada pelanggan yang menggunakan proses jasa cuci ekspres atau kilat dapat menggunakan mesin pengering / dryer. Jika pelanggan menggunakan jasa reguler dapat menggunakan tenaga matahari jika cuaca mendukung. Pengusaha laundry diwajibkan memiliki mesin pengering minimal 1 unit dengan tujuan untuk mengantisipasi apabila cuaca penghujan.
- f. Setrika. Pada tahap ini dilakukan setelah proses pengeringan. Memberikan sentuhan terakhir rapih dan wangi dengan menggunakan pewangi pakaian. Dengan suhu setrika menyesuaikan jenis pakaian dengan tujuan agar pakaian tidak rusak dan menghindari resiko hangus.
- g. Pemberian sentuhan aroma dari parfum laundry yang telah dimiliki karena aroma parfum dapat memberikan terapi dalam memberikan terapi percaya diri dan nyaman. Lakukan penyemprotan parfum laundry di setiap tumpukan pakaian sebelum proses packing.
- h. Packing merupakan proses terakhir dengan membungkus pakaian dengan plastik tertentu agar pakaian tidak tertukar dengan pelanggan lain serta memberikan keamanan pakaian dari cairan seperti air.

#### **D. Analisis Legal dan Tim Manajemen**

Analisis legal dalam penelitian ini yaitu surat keterangan domisili mengetahui rukun tangga dan rukun warga tempat mbok laundry berdiri.

Dalam operasionalnya mbok laundry mempunyai sumber daya manusia sebanyak 6 orang yang terdiri dari CEO/ pemilik yang bertugas bertanggung jawab pada semua aspek (memegang kendali, mengontrol pekerjaan manajer, merancang dan mengkomunikasikan visi dan misi perusahaan, menjelaskan strategi bisnis perusahaan, mengawasi kegiatan perusahaan, membangun hubungan dengan investor, mengatur pembiayaan dan anggaran.

CFO (chief financial officer) yang bertugas bertanggung jawab mendata seluruh uang yg masuk dan keluar (seperti pembayaran melalui online gopay, transfer bank harus match), payroll, menghandle pembayaran tunai, melakukan closing laporan keuangan, mengidentifikasi

resiko keuangan dan peluang bagi perusahaan, review laporan report untuk mengoptimalkan anggaran operasional perusahaan, memberi saran untuk perencanaan bisnis dan keuangan jangka panjang, bekerja sama dengan CEO, CMO dan COO untuk mengembangkan rencana strategis.

CMO (chief marketing officer) yang bertugas melakukan pemasaran produk melalui digital atau online seperti instagram atau wa blast agar mencapai target yang diinginkan, membuat company profile yang menarik yang digunakan sebagai media penawaran produk yang dapat diberikan kepada calon klien (apartemen, hotel), mengupdate aplikasi laundry app secara berkala, merencanakan, membangun, mengimplementasikan dan mengawasi marketing dan campaigns periklanan, melakukan riset pasar dan mengikuti perkembangan pasar dan posisi pesaing, menemukan peluang di market dan mendorong pertumbuhan penjualan produk, merencanakan operasional budgeting marketing.

COO (chief operating officer) yang bertugas merencanakan dan mengimplementasikan strategi, rencana dan prosedur bisnis, menetapkan kebijakan yang mempromosikan budaya dan visi perusahaan, mengawasi operasional harian perusahaan dan pekerjaan, membantu CEO dalam mencari penambahan modal usaha, mengelola hubungan partner dan vendor. melakukan survei dan pengecekan terhadap bahan baku (detergent, pewangi, gas, galon, dll), peralatan (mesin cuci, alat pengering, setrika) yang dibutuhkan oleh perusahaan.

Manager SDM (Sumber Daya Manusia) yang bertugas perekrutan pegawai baru dan kontrol absensi, membuat hingga mengontrol standar operasional prosedur. Seperti mendaftarkan BPJS kesehatan dan ketenagakerjaan, memberikan bonus dan benefit terhadap karyawan yang tekun, memastikan kesejahteraan karyawan. Karyawan yang melakukan masing-masing kegiatan mencuci, menyetrikan, dan mengambil serta mengantar orderan yang sudah selesai, baik pembayaran maupun pakaian yang siap diantar.

#### **E. Analisis Resiko**

Analisis risiko dalam mbok laundry adalah sebagai berikut:

1. Risiko persaingan, adanya usaha sejenis yang berada di sekitar area bisnis ini yang dapat menjadi pesaing. Mbok laundry memang berada di lokasi perumahan dengan posisi yang kurang strategis. Meskipun berada di lokasi kurang strategis, Mbok Laundry tetap memiliki pangsa pasar laundry di daerah cawang karena pelayanan yang baik, memberikan garansi cuci apabila tidak bersih, layanan order melalui online, dan layanan antar jemput menjadikan Mbok Laundry tetap eksis.

2. Risiko pencucian, dalam usaha laundry risiko ini memang harus diwaspadai. Risiko pencucian ini biasanya terjadi:

- a. Pakaian yang kurang kering dan menjadi lembab hingga menimbulkan bau. Masalah ini dapat membuat pelanggan tidak percaya dengan laundry kita.
- b. Pakaian pelanggan yang tertukar dengan pelanggan lainnya. Masalah teknis ini yang sering dihadapi usaha laundry. Untuk mengatasi hal ini, Mbok laundry memberikan label pada pakaian konsumen.
- c. Luntur pada pakaian yang biasanya terjadi kurang teliti karena tidak adanya komunikasi antara pelanggan dengan pihak karyawan Mbok Laundry. Bahan yang mudah luntur biasanya baju batik dan pakaian berwarna lainnya. Penanganan yang harus dilakukan adalah karyawan laundry harus memberikan klarifikasi kepada pelanggan mengenai produk pakaian yang akan di cuci apakah luntur atau tidak dan memisahkan antara pakaian berwarna putih dengan pakaian berwarna lainnya.
- d. Keterlambatan dalam pengiriman atas pakaian yang sudah selesai juga dapat menjadi salah satu resiko yang perlu diperhatikan. Faktor ini terjadi dikarenakan ada salah satu alat dari proses laundry tersebut yang mengalami kerusakan.

### 3. Risiko Penyetricaan

Risiko ini banyak terjadi pada karyawan laundry yang baru dan belum memiliki pengalaman pada bidang ini. Risiko ini biasanya terjadi mengenai salah satu anggota tubuh karyawan yang bertugas dibidang ini.

### 4. Risiko Cuaca

Risiko ini terjadi di musim penghujan. Risiko ini mengakibatkan pakaian tidak kering dan lembab. Momen – momen ini biasanya justru laundry mengalami peningkatan pemasukan. Antisipasi untuk risiko ini adalah penggunaan mesin pengering (dryer).

### 5. Risiko kerusakan mesin

Risiko ini terjadi karena penggunaan mesin yang sudah lama dan terjadi karena ada beberapa komponen yang mengalami kerusakan karena faktor usia. Untuk mengatasi hal ini, Mbok Laundry memiliki mesin lebih dari satu.

### 6. Risiko bahan baku

Risiko ini terjadi karena adanya ketidakstabilan harga bahan baku laundry seperti deterjen, pengharum pakaian, dan pelembut pakaian. Untuk mengatasi hal ini

Mbok Laundry menyediakan dana cadangan untuk berjaga- jaga

### 7. Risiko dari pelanggan

Risiko ini terjadi karena pelanggan tidak mengambil bajunya yang sudah selesai dalam jangka waktu yang lama.

### 8. Risiko Tenaga Kerja

Risiko ini terjadi karena adanya ketidakpuasan antara tenaga kerja dengan pihak manajemen karena pihak manajemen memberikan pelayanan yang kurang baik. Untuk mengatasi hal ini, harus ada kolaborasi antara pihak manajemen dengan tenaga kerja untuk sama – sama memberikan support dalam memajukan dan mensejahterakan tenaga kerja.

## F. Analisis Aspek Produk atau Jasa

Menurut Purwantono dan Suwandi (2019) aspek produk atau jasa bisa dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan dan mengidentifikasi berbagai sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk atau jasa tersebut. Mbok laundry memiliki jasa antara lain pencucian pakaian, setrika pakaian, dry cleaning. Adapun pilihan produk laundry sebagai berikut : Express 6 jam, Kilat 1 hari, Reguler 2 hari, Santai 3 hari.

## G. Analisis Proyeksi Keuangan dan Sumber

Aspek ini terkait dengan sumber dana yang akan diperoleh, berapa biaya operasional yang dibutuhkan dalam bisnis, kapan pengembalian modalnya dan memperkirakan keuntungan yang didapat dari bisnis. Dalam menganalisa kelayakan dari rencana bisnis ini dalam hal proyeksi keuangan dan pendapatan, akan menggunakan perhitungan estimasi pendapatan dengan menggunakan perhitungan yang akan diperoleh dari usaha ini.

Tabel 2. Investasi Mbok Laundry

No	Nama Barang	Jumlah Barang	Harga Satuan	Jumlah Harga
1	Mesin cuci	2	Rp3,000,000	Rp6,000,000
2	Mesin pengering	1	Rp10,000,000	Rp10,000,000
3	Hanger	50	Rp1,000	Rp50,000
4	Keranjang	20	Rp15,000	Rp300,000
5	Ember	3	Rp30,000	Rp90,000
6	Setrika	2	Rp200,000	Rp400,000
7	Meja Setrika	2	Rp 150,000	Rp 300,000
7	Motor	1	Rp5,000,000	Rp5,000,000
TOTAL				Rp22,140,000

Berdasarkan tabel 4.1 biaya investasi mbok laundry Rp. 22.140.000 dengan rincian mesin cuci Rp3,000,000 mesin pengering Rp10,000,000, Hanger Rp1,000, Keranjang Rp15,000, Ember Rp30,000, Setrika Rp200,000, Meja setrika Rp150,000 dan Motor Rp 5,000,000.

Tabel 3. Modal Kerja

No	Nama Barang	Jumlah Barang	Harga Satuan	Jumlah Harga
1	Plastik packing	10	Rp. 15,000	Rp. 150,000
2	Detergen	8	Rp. 50,000	Rp. 400,000
3	Pewangi	3	Rp. 120,000	Rp. 360,000
4	Gas	30	Rp. 18,000	Rp. 540,000
TOTAL				Rp. 910,000

Berdasarkan tabel 4 jumlah harga dengan modal kerja Rp. 910.000 dengan rincian plastic packing Rp. 15.000, detergen Rp. 50.000, Pewangi Rp. 120.000.

Tabel 4. Omset

Nama Layanan	jumlah laundry (Kilo)	hpp per kilo (Rupiah)	harga Jual per Kilo (Rupiah)	Keuntungan Kotor (Rupiah)
Express 6 Jam	100	Rp. 3,000	Rp. 13,000	Rp. 1,000,000
Kilat 1 Hari	200	Rp. 3,000	Rp. 10,000	Rp. 1,400,000
Reguler 2 Hari	800	Rp. 3,000	Rp. 9,000	Rp. 4,800,000
Santai 3 Hari	1,500	Rp. 3,000	Rp. 8,000	Rp. 7,500,000
Bedcover, boneka	10	Rp. 5,000	Rp. 25,000	Rp. 200,000
<b>Total</b>	<b>2,610</b>	<b>Rp. 17,000</b>	<b>Rp. 65,000</b>	<b>Rp. 14,900,000</b>

Berdasarkan tabel 4 jumlah omset Mbok Laundry perbulan sebesar Rp. 14.900.000.

Tabel 5. Pengeluaran

Nama Item	Nominal
Gaji Karyawan	7.000.000
Listrik	500.000
Bahan Baku	910.000
Sewa Tempat	1250000
<b>Total</b>	<b>9660000</b>

Berdasarkan tabel 5 jumlah pengeluaran perbulan Rp. 9.660.000 yang terdiri gaji karyawan, listrik, bahan baku, sewa tempat.

Tabel 6. Laba Bersih

Keuntungan bruto	Pengeluaran	Nett Profit
Rp. 14,900,000	Rp. 9,660,000	Rp. 5,240,000

Berdasarkan tabel 6 jumlah net profit yang diterima bersih dalam perbulan Rp. 5.240.000

### A. Gagasan Produk yang Ditawarkan

Mbok laundry kiloan cawang memiliki berbagai macam pilihan jenis dan paket laundry. Mbok laundry kiloan cawang menawarkan pilihan jenis paket kepada konsumen mulai dari laundry regular yang pekerjaannya memakan waktu sampai kurang lebih 3 hari, hingga paket ekspres yang penyelesaiannya dapat diambil di hari itu juga. Selain itu, kita juga memberikan garansi cuci kembali apabila ada ketidakpuasan dari konsumen karena pencucian pakaian yang kurang bersih dan masih ada noda atau kotoran yang terlihat. Jasa yang ditawarkan Mbok Laundry Kiloan Cawang antara lain : pencucian pakaian, penyetricaan pakaian, dry cleaning, cuci karpet, cuci sepatu, cuci boneka.

### B. Legal dan Tim Manajemen

Analisis legal dalam penelitian ini yaitu surat keterangan domisili mengetahui rukun tangga dan rukun warga tempat mbok laundry berdiri. Tim manajemen terdiri dari :

Tabel 7. Manajemen Sederhana

CEO (Chief Executive Officer)	Andoyo Hartoyo
CFD (Chief Financial Officer)	Endah Nutfia
CMO (Chief Marketing Officer)	Amir Ismail
COO (Chief Operating Officer)	Misbah
Staf bagian pencucian	Dewi
Staf bagian penyetricaan	Indah
Staf bagian packing	Omar

### C. Strategi Pemasaran

Menurut Charles (2010) strategi pemasaran adalah keseluruhan konsep bagaimana sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri dan semua kegiatan dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil, melakukan persaingan, dan melakukan imbal hasil kepada pemegang saham. Menurut Assauri (2013) strategi pemasaran yaitu serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha – usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing – masing tingkatan, acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Dapat kita simpulkan bahwa strategi pemasaran berkaitan dengan segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning, bauran pemasaran, analisis SWOT, SWOT Matrix.

Media pemasaran yang digunakan oleh Mbok Laundry Kiloan Cawang menggunakan dua media, yaitu media pemasaran konvensional dan media pemasaran digital. Media pemasaran konvensional yang digunakan oleh Mbok Laundry Kiloan Cawang adalah dengan menggunakan teknik word of mouth marketing. Teknik ini sangat berfungsi dan memiliki pengaruh untuk meningkatkan market share. Media pemasaran digital yang digunakan oleh Mbok Laundry Kiloan Cawang adalah dengan menggunakan beberapa teknik, mulai dari

menggunakan website, blog, dan akun media sosial. Tujuan dibuatnya dua media pemasaran ini bertujuan agar dapat mempermudah kalangan yang tidak mengerti dunia online dan yang mengerti dunia online.

Dalam hal pemesanan pada Mbok Laundry Kiloan Cawang sangatlah mudah bagi konsumen atau pelanggan yang ingin menggunakan jasa laundry ini. Konsumen atau pelanggan cukup dengan membuka web, blog, atau media sosial dari Mbok Laundry Kiloan Cawang. Jika konsumen atau pelanggan membuka web, maka akan ada menu order dan bisa pesan karena sudah ada sistemnya. Apabila konsumen atau pelanggan menggunakan blog, disana tercantum nomer telepon yang bisa di hubungi.

Apabila konsumen atau pelanggan membuka media sosial, maka disana ada 3 pilihan, yaitu :

#### 1. Whatsapp

Dengan media sosial ini, konsumen atau pelanggan dapat berkomunikasi dengan pihak operasional kami. Media ini dapat ditemui juga melalui Web atau blog dengan pencantuman nomor telepon yang terkoneksi dengan Whatsapp.

#### 2. Instagram

Dengan media sosial ini, konsumen atau pelanggan dapat berkomunikasi melalui fitur pesan instagram. Di fitur instagram ini pelanggan atau konsumen dapat memberikan komentar apabila ingin memesan atau order jasa pencucian Mbok Laundry Kiloan Cawang.

Metode pembayaran yang digunakan Mbok Laundry Kiloan Cawang menggunakan 2 jenis metode, antara lain :

1. Cash. Metode pembayaran ini masih menggunakan pembayaran pada umumnya dengan menggunakan duit cash atau manual
2. Cashless. Metode pembayaran ini dengan menggunakan pembayaran secara digital atau online.

Dalam metode pembayaran ini biasanya konsumen menggunakan layanan transfer antar bank atau M-Banking. Metode pembayaran ini lebih simple dan mudah tanpa harus mengeluarkan uang kertas dan uang cash.

Pengiriman orderan kepada konsumen atau pelanggan Mbok Laundry Kiloan Cawang sudah bebas biaya. Pengiriman orderan dikirim sesuai pesanan atau paket jasa pencucian yang dipilih oleh konsumen atau pelanggan. Pengiriman dilakukan pada sore hingga malam hari.

### **D. Strategi pengoperasian Bisnis**

Strategi pengoperasian bisnis memiliki 3 komponen, yaitu :

1. Strategi pengoperasian bisnis bagian produksi (Product)  
Di Mbok Laundry Kiloan Cawang kita memproduksi jasa pencucian menggunakan mesin dan alat

lainnya milik sendiri. Untuk hal ini kita memiliki hasil produk laundry yang tidak kalah dengan produk laundry lainnya. Untuk segi harga memang kita sedikit berbeda, tapi kualitas pelayanan kita yang membedakan dengan laundry lainnya. Kita menggunakan SOP di setiap awal kegiatan hingga akhir kegiatan. SOP kita berguna untuk mengatasi human error dan adanya hasil jasa laundry yg cacat. Mbok Laundry Kiloan Cawang juga membuka kerja sama dengan laundry lainnya untuk menjadi partnership usaha. Dari kegiatan partnership ini lah dapat membantu meningkatkan profit antar usaha laundry.

#### 2. Strategi Pengoperasian bisnis bagian pemasaran (Marketing)

Pemasaran (marketing) merupakan strategi untuk melakukan pengenalan dan menjadi daya pikat untuk menarik konsumen atau pelanggan. Pemasaran sangat perlu, karena jika tidak adanya pemasaran produk kita tidak akan dikenal orang dan diketahui orang. Mbok Laundry Kiloan Cawang menggunakan strategi pemasaran menggunakan media digital advertising dan media online. Penggunaan media digital dan media Online dapat mengurangi biaya pengeluaran untuk pemasaran produk. Mbok Laundry Kiloan Cawang menggunakan pemasaran melalui media online, seperti :

##### a. Website

Website atau web, merupakan untuk membuat situs yang berkaitan dengan Mbok Laundry Kiloan Cawang. Fungsi web ini adalah untuk mengenalkan produk kita dari dunia maya. Di dalam web itu sendiri terdapat profil, alamat, nomer telephone, dan daftar harga dari produk kami.

##### b. Google ads,

Merupakan media untuk melakukan pengiklanan di media digital. Untuk menggunakan media ini pengguna harus terkoneksi dengan google dan berbayar. Mbok Laundry Kiloan Cawang menggunakan google ads untuk menaikkan rating dan meningkatkan pendapatan. Didalam google ads, kita dapat mengetahui arus keluar masuk pengguna internet yang tertarik dengan produk kita.

##### c. Facebook,

Merupakan media jejaring sosial. Awalnya dibuat untuk melakukan pengenalan dan pengoneksi antar sesama orang. Kegunaan facebook untuk saat ini sudah semakin luas. Tidak hanya menjadi media untuk berkenalan dan berkoneksi dengan orang lain, sekarang dapat digunakan sebagai marketplace. Facebook hingga saat ini masih menjadi media sosial yang banyak digunakan orang. Mbok Laundry Kiloan Cawang menggunakan media ini untuk segmen marketplaceny. Dengan menggunakan media facebook ini kita dapat

mengkoneksikan usaha kita kepada orang-orang yang ada di lingkungan kita dengan menggunakan people nearby.

d. Instagram,

Merupakan media sosial yang lagi hits untuk saat ini. Instagram dapat membuat sesuatu menjadi viral. Mbok Laundry Kiloan Cawang juga menggunakan instagram untuk media pemasaran. Dengan menggunakan instagram usaha kita dapat viral dan di lirik orang.

e. Whatsapp,

Merupakan media sosial untuk melakukan komunikasi antar sesama pengguna whatsapp. Selain untuk media komunikasi, Whatsapp juga dapat digunakan untuk media iklan dengan mengupdate status whatsapp kita.

### 3. Strategi pengoperasian bisnis bagian keuangan (Finance)

Financing sangat diperlukan oleh semua bidang usaha. Kegunaan financing ini adalah sebagai wadah untuk pencatatan transaksi yang dilakukan oleh usaha kita. Mbok laundry Kiloan Cawang menggunakan dua metode financing, yaitu :

#### a. Manual Financing

Mbok Laundry Kiloan cawang menggunakan manual financing untuk melakukan pembukuan secara manual. Pembukuan ini masih dilakukan untuk mensinkronkan antara pembukuan manual dengan otomatis.

#### b. Automatic Financing

Mbok Laundry Kiloan Cawang juga menggunakan metode ini untuk pencatatan pembukuannya. Metode ini menggunakan aplikasi atau software untuk penggunaannya. Fungsi dari penggunaan automatic financing adalah mencatat pembukuan lebih mudah dan tidak sulit karena dikerjakan oleh software. Dari hasil dua metode ini, hasil akhir dari pembukuannya akan di cek apakah sinkron atau tidak. Penggunaan dua aplikasi ini untuk mnghindari kecurangan yang dilakukan oleh karyawan.

## E. Strategi Menghadapi Resiko

### 1. Risiko Kerusakan Produk

Risiko yang sering dialami pada bisnis laundry ialah adanya cacat atau noda pada pakaian, seperti : luntur terkena pakaian lainnya, bolong akibat setrika terlalu panas, dan model pencucian pakaian yang harus manual (tidak menggunakan mesin cuci). Untuk mengatasi hal ini Mbok Laundry Kiloan Cawang terlebih dahulu memberikan info kepada konsumen atau pelanggan. Komunikasi dua arah ini perlu untuk sama – sama saling memberikan informasi. Untuk menghindari terjadinya luntur pakaian, kami melakukannya dengan menyortir pakaian yang akan dicuci. Biasanya pakaian berwarna putih paling mudah rentan terkena luntur dari warna pakaian lainnya. Untuk menghindari kerusakan pakaian karena terkena setrika

panas hingga menyebabkan pakaian bolong, Mbok Laundry Kiloan Cawang melakukan edukasi terlebih dahulu kepada karyawan bagian setrika. Untuk pakaian yang harus dicuci secara manual biasanya kita pake dry cleaning. Apabila sudah terlanjur terjadi, maka kita akan memberikan kompensasi.

### 2. Risiko Terjadinya pakaian tertukar

Risiko terjadinya pakaian tertukar dalam bisnis laundry merupakan hal yang sering terjadi. Untuk meminimalisir kejadian ini Mbok Laundry Kiloan Cawang menggunakan label pada setiap pakaian yang akan di laundry pada saat penyortiran sebelum dicuci. Dengan menggunakan label dapat mengurangi kejadian resiko tertukar nya pakaian antar konsumen atau pelanggan.

### 3. Risiko Cuaca

Risiko ini biasanya sering dialami oleh para pengusaha laundry. Cuaca ekstrim yang kadang terjadi di Indonesia harus diantisipasi untuk menghindari keterlambatan pengeringan yang dapat berpengaruh pada keterlambatan pengiriman. Untuk mengantisipasi hal ini, mesin pengering harus digunakan agar tidak terjadi keterlambatan pengiriman yang disebabkan oleh cuaca ekstrim.

### 4. Risiko Kerusakan Alat Mesin Laundry

Risiko ini biasanya sering dialami pada mesin laundry dan mesin pengering baju. Untuk mengantisipasi masalah ini mbok laundry setiap bulan mengadakan perawatan atau maintance mesin cuci untuk mencegah permasalahan kerusakan alat dan mesin laundry serta menggunakan mesin laundry sesuai dengan petunjuk penggunaan. Dan apabila mesin laundry bermasalah maka mbok laundry membawa mesin tersebut ke service center resmi.

### 5. Risiko Kejenuhan Pasar

Risiko kejenuhan pasar biasanya dialami mbok laundry karena konsumen jenuh dengan kualitas hasil pencucian di mbok laundry atau hasil setrika di mbok laundry atau jenuh terhadap bau atau parfume yang digunakan mbok laundry.

### 6. Risiko Persaingan Usaha

Risiko ini biasanya sering dialami oleh pengusaha laundry, banyaknya laundry yang berdiri di sekitar mbok laundry membuat konsumen memilih banyak pilihan untuk laundry. Untuk menghadapi resiko persaingan usaha yang semakin ketat maka mbok laundry harus memiliki inovasi yang unggul serta meningkatkan pelayanan kepada konsumen serta harga yang kompetitif hal ini bertujuan agar mbok laundry dapat bersaing dengan laundry lainnya.

### 7. Risiko Sumber Daya Manusia

Risiko sumber daya manusia yaitu kompetensi yang dimiliki karyawan. Untuk menciptakan kadar profesionalitas dalam melaksanakan misi perusahaan adalah tersedianya sumber daya manusia yang andal, pekerjaan yang terprogram dengan baik, dan waktu yang tersedia untuk melaksanakan program tersebut serta adanya dukungan dana yang memadai. Sedangkan, bagi seorang pimpinan yang profesional dituntut persyaratan, antara lain: mengelola seluruh potensi yang dimiliki oleh sumber daya yang tersedia (atau meningkatkan keandalan staf), bisa menempatkan staf sesuai dengan keterampilan dan keahlian (sehingga menghasilkan kinerja yang sinergis), dan mempunyai sikap disiplin terhadap waktu yang telah ditetapkan sebagai batas penyelesaian serta prioritas sebuah program, serta memberikan peluang bagi sistem untuk meningkatkan kesejahteraan.

### F. Analisis Kelayakan Bisnis

NPV (Net Present Value)

Keterangan :

i = tingkat suku bunga

t = jumlah periode waktu

Payback Period

Payback Period = A + B/C

Keterangan :

A : nilai periode terakhir arus kas kumulatif

B : nilai absolut (tanpa negative) dari arus kas bersih kumulatif pada akhir periode A

C : total arus kas masuk selama setelah periode A

Tahun	Investasi	Fixed Cost	Variabel Cost	Total Cost	Penerimaan /Revenue	NCF	Suku Bunga (i)	Kumulatif
0	158.340.000	0	0	158.340.000	0	-158.340.000	10%	CF
1		107.400.000	28.800.000	136.200.000	273.000.000	136.800.000		-21.540.000
2		107.400.000	28.800.000	136.200.000	300.300.000	164.100.000		142.560.000
3		107.400.000	28.800.000	136.200.000	330.330.000	194.130.000		336.690.000

Tabel 8. NPV dan Payback Period

Dengan asumsi suku bunga pinjaman bank adalah 10% didapatkan hasil NPV Mbok Laundry Kiloan Cawang adalah positif dengan nilai sebesar Rp. 247.496.21,- dan layak untuk diterima dan dijalankan dengan Payback Period sebesar 1,15 atau selama kurang lebih 1 Tahun 2 Bulan.

Tabel 9. IRR

Tahun	Investasi	Fixed Cost	Variabel Cost	Total Cost	Penerimaan /Revenue	NCF	Suku Bunga (i)	Kumulatif
0	158.340.000	0	0	158.340.000	0	158.340.000	10%	CF
1		107.400.000	28.800.000	136.200.000	273.000.000	136.800.000		-21.540.000
2		107.400.000	28.800.000	136.200.000	300.300.000	164.100.000		142.560.000
3		107.400.000	28.800.000	136.200.000	330.330.000	194.130.000		336.690.000

Keterangan : IRR = Internal Rate Ratio

Dengan mencari nilai NPV = 0 maka didapatkan nilai IRR sebesar 81% sehingga kesimpulannya Mbok Laundry layak untuk dijalankan dan diinvestasikan.

B/C ratio

Dari laporan arus kas B/C *ration* didapatkan dengan menjumlahkan nilai NPV dengan suku bunga 10% dari tahun 1 – 3 senilai 2,56 artinya jika B/C ≥ 1, maka dikatakan bahwa benefit dari proyek tersebut lebih besar daripada pengorbanan yang dikeluarkan. Sehingga proyek tersebut dapat diterima atau layak (feasible).

### Rekomendasi

1. Kebutuhan akan permintaan cuci pakaian di Jakarta sangat tinggi, laundry merupakan salah satu usaha yang dibutuhkan bagi masyarakat Jakarta yang memiliki tingkat kesibukan kerja yang tinggi dan tidak punya banyak waktu dalam mencuci pakaian.
2. Pengembangan usaha *laundry* dengan menggunakan sistem online mulai dari pemesanan hingga pengantaran.
3. Pengembangan kerja sama dengan pihak hotel, apartemen, pemilik kos, perkantoran, dan warga sekitar.
4. Pemasaran produk sudah menggunakan website dan media sosial (Whatsapp, Facebook, Instagram).
5. Pembayaran dengan dua metode, yaitu pembayaran secara cash dan digital.
6. Pilihan harga paket laundry yang variatif dari harga Rp 8.000,- hingga Rp 15.000,-
7. Memberikan tingkat pengembalian yang baik, sebagai contoh dalam rencana bisnis mbok laundry diperoleh payback period 1 tahun 2 bulan, NPV positif Rp 247.496.21,-

### DAFTAR PUSTAKA

Afiyah, A., & Saifi, M. (2015). Dwiatmanto, “Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry (Studi Kasus Pada Home Industry Cokelat “Cozy” Kademangan Blitar)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 23.

- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2017). "Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) berbasis industri kreatif di kota malang". *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 1(1), 120-142
- Buchari, A. (2011). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Desyana & Suwandi. (2018). Rencana Bisnis Pengembangan Usaha Jasa AKI Kendaraan Berbasis Sistem Informasi. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*. Vol. 1, No. 01 Maret 2018, pp 10-15. Jakarta.
- Link:  
<http://journal.bakrie.ac.id/index.php/JEMI/article/view/1787>
- Elnora, S. (2003). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Freddy Rangkuti. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis & Investasi*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Gunawati, U., & Sudarwati, W. (2017). "Analisis Studi Kelayakan Usaha Bisnis Cassava Chips Di Perumahan Mardani Raya". *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 4(1), 35-44.
- Handoko, T. (2009). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Memilih Pelayanan Jasa PT. Arya Mandiri Dina Cemerlang Pada Binatu (Laundry) 5asec Cabang Teuku Umar Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Hidayatullah, S., Devianti, R. C., & Wibowo, I. A. (2018). "Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food". *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 6(2), 240-249.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2017). *Principles of Marketing Seventen Edition*. United State of America: Pearson.
- Purwantono, Imam & Suwandi. (2019). "Rencana Bisnis Kuliner Bebek Blengong di Jakarta". *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)* Vol 2 Nomor 2, April-Juni 2019. p.109-114.
- Martha, L. (2018). *Analisis SWOT Pada Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Simpang Empat*.
- Mudrajad, Kuncoro. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Erlangga. Jakarta
- Mulyadi<sup>1</sup>, B., Jaroji, M. K., Tedyyana, A. (2019). "Aplikasi Sistem Pemesanan Jasa Laundry (E-Laundry) Berbasis Android". *Jurnal Sistem Informasi* 1(1). 48-56.
- Putri, A.D & Suwandi. (2019). *Rencana Pengembangan Bisnis Herona Express*. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*. Vol. 2, No. 1 Maret 2019.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa". *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146.
- Sihite, R. (2000). *Laundry and dry cleaning*. Surabaya: SIC.
- Sofjan, A. (2013). *Strategic Management, Sustainable Competitive Advantages*.
- Solomon, M.R & Elnora. W. S. (2003). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Gramedia
- Stanton, William. J. (2003). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono, D. (2008). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas.