

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Bisnis jasa pencucian pakaian atau yang biasa disebut *Laundry* kini kian berkembang pesat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat, serta pertumbuhan bisnis di bidang *Hospitality* seperti rumah sakit, perhotelan, tempat *fitness* dan spa. *Laundry* komersil adalah usaha pencucian pakaian yang mulai menggeliat dalam 20 tahun terakhir ada yang berupa *Laundry* kiloan maupun *Laundry* satuan. (Ekonomi.bisnis.com, 3 Mei 2019).

Kesibukan masyarakat kota berimbas pada ketiadaan waktu untuk mencuci pakaian. Setiap hari suami mencari nafkah, demikian pula dengan istri yang berusaha membantu suami untuk mencari uang. Kondisi ini mengakibatkan meningkatnya jasa pencucian pakaian dengan bentuk kiloan. Bisnis *Laundry* semakin banyak dan banyak pelaku usaha yang tertarik untuk membuka usaha di bidang jasa pencucian pakaian. Resiko kerugian dalam usah *Laundry* kiloan sangat minim, sehingga untuk pemain baru yang ingin masuk dunia bisnis, usaha *Laundry* menjadi salah satu favorit untuk dijalankan. (www.namalonews.com, 3 Mei 2019).

Fenomena tersebut membuat saudara laki-laki penulis tertarik untuk membuka usaha yang bergerak pada bidang tersebut yaitu jasa pencucian pakaian. Selain minim resiko kerugian, usaha *Laundry* kiloan juga menghasilkan keuntungan yang cukup besar. Hal ini dilihat ketika saudara laki-laki penulis masih kuliah yang merupakan pengguna dari jasa pencucian pakaian *Laundry* kiloan, ia merasa usaha *Laundry* cukup menarik dan memiliki peluang untuk

dijalankan. Setelah mensurvei lokasi dan melihat peluang, usaha *Laundry* akhirnya didirikan pada awal tahun 2013 dengan nama *Green Laundry* yang dikelola oleh orang tua penulis yang merupakan seorang ibu rumah tangga dan kerabat terdekat penulis. Pada awal pembukaan, *Green Laundry* memiliki sedikit konsumen karena merk *Green Laundry* masih belum dikenal oleh kebanyakan masyarakat Jambi. Dengan seiring berjalannya waktu mulai banyak konsumen berdatangan untuk menggunakan jasa *Green Laundry* karena *Green Laundry* memberikan jasa yang mengutamakan kualitas sehingga membuat konsumen puas akan jasa yang diberikan. Disamping itu Jambi merupakan sebuah provinsi di Indonesia dengan jumlah penduduk yang terbilang cukup banyak, dapat dilihat dari tabel 1.1 laju pertumbuhan penduduk pada tahun 2018. Berikut tabel laju pertumbuhan penduduk provinsi Jambi.

Tabel 1. 1 Laju Pertumbuhan Penduduk Kota Jambi

Tahun Provinsi	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Jambi	3.286.070	3.344.421	3.402.052	3.458.926	3.515.017	3.570.272

Sumber : (www.jambi.bps.go.id, 20 Maret 2019)

Jumlah penduduk kota Jambi mencapai lebih dari tiga juta penduduk. Tingkat pertumbuhan penduduk yang selalu naik dan semakin banyaknya orang yang bekerja baik suami istri maupun tidak yang menjadikan itu sebuah masalah bagi banyak orang. Masalah yang dimaksud adalah banyaknya orang-orang atau masyarakat (pekerja) yang tidak memiliki waktu untuk mengurus keperluan pribadi seperti mencuci pakaian, dll.

Dilihat dari data diatas tingkat penduduk kota Jambi setiap tahunnya meningkat yang artinya kebutuhan masyarakat akan suatu barang dan jasa juga terus meningkat. Selain itu usia produktivitas di kota Jambi juga terbilang sangat tinggi yang mempengaruhi potensi calon pelanggan yang menggunakan jasa pencucian kiloan. Kondisi ini disebabkan usia produktivitas memiliki banyak aktivitas dan memiliki keterbatasan waktu yang menghambat untuk mengerjakan pekerjaan rumah tangga diantaranya mencuci pakaian sendiri. Dibawah ini disajikan tabel usia produktivitas di kota Jambi.

Tabel 1. 2 Usia Produktifitas Kota Jambi

Kelompok Umur Penduduk	Hasil Sensus Penduduk (SP)(Jiwa)			
	Laki-laki & Perempuan			
	1980	1990	2000	2010
0-4	239.512	268.192	266.254	321.889
5-9	222.440	291.632	260.881	319.284
10-14	168.559	251.973	266.881	303.252
15-19	155.488	211.822	268.177	271.408
20-24	134.729	181.437	244.775	283.713
25-29	117.355	190.628	232.063	307.348
30-34	78.207	155.247	192.521	278.048
35-39	85.956	124.507	179.995	241.982
40-44	67.713	84.498	142.844	200.924
45-49	53.668	76.877	106.569	167.860
50-54	45.476	61.557	75.995	134.832
55-59	23.904	40.796	53.986	91.346
60-64	21.753	35.984	49.086	61.196
65-69	10.025	17.890	28.772	43.696
70-74	10.046	13.101	21.921	31.760
75+	9.367	12.289	16.446	33.717

Sumber: (www.jambi.bps.go.id, 20 maret 2019)

Data laju pertumbuhan penduduk dan usia produktivitas diatas menunjukkan bahwa potensi masyarakat untuk menggunakan jasa *Green Laundry* terbilang tinggi karena banyaknya konsumen *Green Laundry* merupakan para pekerja kantoran yang berada pada usia produktif sehingga tidak memiliki waktu untuk mencuci pakaian mereka sendiri. Ditambah tingkat pertumbuhan penduduk di Jambi yang terbilang cukup tinggi membuat penulis melihat peluang untuk

tetap melanjutkan dan mengembangkan usaha *Green Laundry* menjadi lebih baik lagi untuk mendapatkan *profit* dan membantu menjadi solusi masyarakat yang tidak mempunyai waktu untuk mencuci pakaian.

Usaha *Green Laundry* terbilang cukup mudah dijangkau karena lokasinya strategis yaitu terletak di jalan H.M. Bafadhal no 36c Jelutung kota Jambi. Daerah sekitar usaha tersebut banyak terdapat perkantoran seperti Perbankan, Asuransi, Perkreditan, beberapa kompleks perumahan, dan kos-kosan.

Berdasarkan peluang pasar yang ditangkap oleh *Green Laundry* maka dapat dikatakan bahwa *Green Laundry* sangat berpotensi menguasai daerah tersebut. Oleh sebab itu *Green Laundry* mencoba menangkap peluang dengan memanfaatkan lokasi yang antara lain berusaha menarik minat karyawan perkantoran untuk menggunakan jasa pencucian dari *Green Laundry*.

Green Laundry membantu masyarakat untuk mengatasi masalah bagi yang sulit mendapatkan asisten rumah tangga, oleh karenanya *Green Laundry* bisa dimanfaatkan oleh konsumen untuk mengurangi beban pekerjaan rumah dalam hal mencuci pakaian sehingga konsumen dapat mencuci pakaian dengan lebih praktis tanpa menghabiskan waktu dan tenaga.

Setiap usaha tidak dapat dipungkiri bahwa akan selalu ada yang namanya pesaing, begitu juga dengan *Green Laundry* yang juga memiliki pesaing terdekat, melalui survei pribadi dalam jangkauan satu kilometer hanya ada lima pesaing dibidang yang sama. Rata-rata pesaing ini menekan harga jual untuk mendapatkan perhatian dari konsumen tetapi akibatnya beberapa konsumen yang datang ke *Green Laundry* mengeluhkan layanan *Laundry* langganannya sebelumnya, hal ini bisa terjadi karena banyak usaha pencucian yang memberikan harga yang murah, tetapi

menggunakan bahan baku yang tidak terjamin kualitasnya, akibatnya pakaian mudah luntur dan rusak, untuk mengatasi masalah pesaing *Green Laundry* mempunyai solusi untuk menghadapinya yaitu dengan memberikan layanan yang berbeda dengan pesaing, Berupa pelayanan dengan bahan baku dan peralatan yang terjamin. Selain itu *Green Laundry* juga menjamin bahwa pakaian konsumen akan selesai tepat waktu, tidak luntur, bersih, rapi, dan wangi. *Green Laundry* menyediakan layanan paket pencucian yang sesuai dengan kecepatan waktu pelayanan pencucian yaitu *Reguler* 3 hari penyelesaian, *One Day Service* 1 hari penyelesaian, *Express* 7 jam penyelesaian, dan *Super Express* 4 jam penyelesaian.

Pada zaman sekarang tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi semakin maju dan canggih. Teknologi yang semakin canggih membuat beberapa pelaku usaha memanfaatkan hal tersebut untuk mendukung usahanya tersebut, seperti salah satu pesaing dari *Green Laundry* menggunakan teknologi yang terbilang cukup baru dalam bidang *Laundry* kiloan. Pesaing ini menggunakan mesin cuci dengan Teknik koin yang memiliki kelebihan mampu beroperasi dengan kapasitas yang lebih besar dibandingkan mesin cuci pada umumnya. Mesin cuci Teknik koin ini dalam satu kali beroperasi mampu menampung pakaian sebanyak 30-40kg. *Green Laundry* belum menggunakan teknologi tersebut tetapi tetap bisa eksis di tengah persaingan dengan memberikan layanan yang lebih beragam dan lebih terjamin dibandingkan dengan pesaing.

Produk merupakan suatu barang atau jasa yang ditawarkan kepada calon konsumen. *Green Laundry* menyediakan jasa layanan pencucian *Reguler*, *One Day Service*, *Express*, *Super Express*. Jasa layanan cucian kiloan ini berupa layanan pakaian kiloan, gorden dan beberapa bentuk pakaian lainnya. Selain itu

Green Laundry juga menyediakan jasa layanan cucian satuan perpotong seperti sprei, selimut, dan *bedcover*. Untuk dapat lebih unggul dari pesaing pada umumnya sebuah usaha memberikan sesuatu hal yang berbeda yang bertujuan untuk memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Perbedaan layanan yang diberikan *Green Laundry* berupa ketepatan waktu sesuai dengan paket yang dipilih oleh konsumen, memberikan jaminan kepada konsumen mengenai pakaian konsumen tidak akan rusak atau luntur. Selain itu *Green Laundry* menyediakan layanan kecepatan dengan kategori Reguler tiga hari penyelesaian, One Day Service satu hari penyelesaian, *Express* tujuh jam penyelesaian, dan *Super Express* dengan empat jam penyelesaian. Konsumen dapat memilih paket layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sendiri. Paket pencucian kilat *One Day Service*, *Express*, dan *Super Express* diberikan karena untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang sedang terburu-buru dan ingin pakaiannya cepat selesai.

Perkembangan dalam setiap dunia usaha tidak dapat dihindari, kebutuhan konsumen selalu berubah-ubah menjadikan para pelaku usaha akan terus berusaha memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Banyaknya pelanggan karyawan perkantoran yang datang ke *Green Laundry* untuk pencucian jas, kebaya, dan pakaian pesta, membuat *Green Laundry* memiliki peluang mengembangkan jasa layanan tersebut (jas, kebaya, dan pakaian pesta) yang disebut dengan paket layanan pencucian spesial. Jasa spesial dilakukan menggunakan *Dry Cleaning* dengan Teknik penyetricaan alat setrika uap yang menjamin jas, kebaya dan pakaian pesta tidak akan rusak.

Pada dunia usaha biasa terdapat berbagai cara untuk menarik minat konsumen terhadap produk/jasa yang diberikan, ada yang memberikan potongan harga ataupun lainnya. *Green Laundry* menawarkan pencucian Gratis hingga tiga kilogram untuk konsumen yang secara rutin melakukan pencucian sebanyak sepuluh kali dengan minimal pencucian 3 kg setiap pencuciannya dalam kurun waktu 3 bulan. Hal ini bisa dapat dilakukan oleh konsumen dengan cara mengumpulkan bukti nota sebanyak sepuluh dan menunjukkannya kepada pegawai *Green Laundry*.

Ada konsumen yang memberikan keluhan terhadap produk atau jasa yang diberikan *Green Laundry*, diantaranya mengeluhkan ada pakaian yang dicucinya hilang. *Green Laundry* menanggapi keluhan ini dengan cepat dengan cara memberikan ganti rugi dalam bentuk uang tunai. Setiap keluhan pelanggan atau konsumen akan dilayani dengan baik agar citra dan nama baik *Green Laundry* tetap terjaga

Untuk pengemasan pencucian yang sudah diselesaikan, *Green Laundry* saat ini menggunakan kemasan plastik bening atau yang biasa dikenal dengan plastik “pp” plastik ini digunakan untuk membungkus pakaian konsumen yang sudah bersih dan rapi, kemudian dimasukkan kedalam kantong plastik hitam. Di waktu yang akan datang, *Green Laundry* akan menggunakan kemasan yang lebih ramah lingkungan yaitu koran sebagai pembungkus pakaian konsumen dan *goodie bag* sebagai tas untuk konsumen setia dan konsumen baru. Kemasan ini akan diberikan kepada konsumen dengan beberapa syarat dan ketentuan, salah satunya jika konsumen kehilangan tas tersebut maka konsumen bersedia membawa tas sendiri atau membeli tas yang baru dari *Green Laundry*.

Produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu usaha biasanya akan memberikan harga jual yang bersaing kepada konsumen, tentunya harga yang diterapkan diharapkan mampu menarik minat konsumen. Saat ini *Green Laundry* memberikan harga yang beragam sesuai dengan paket yang disediakan, antara lain *Reguler* Rp 7.000/kg, *One Day Service* Rp 14.000/kg, *Express* Rp 20.000/kg, dan *Super Express* Rp 25.000/kg dan untuk layanan pencucian spesial yaitu jas, kebaya, dan pakaian pesta seharga Rp 50.000/pcs. Harga ini sedikit lebih mahal dari pesaing karena *Green Laundry* menggunakan bahan baku dan peralatan yang terjamin.

Target utama dalam bisnis ini adalah Mahasiswa, perumahan masyarakat sekitar, dan perkantoran sekitar Jelutung kota Jambi seperti Adira, Bank Sinarmas, Bank BCA, Bank Mega, Bank Permata, Commonwealth Bank dll. Pada hari Senin sampai Jum'at merupakan hari *weekday* atau hari bekerja yang membuat penjualan dari *Green Laundry* meningkat, karena banyaknya karyawan perkantoran yang pergi bekerja sembari mampir ke *Green Laundry* untuk mencuci pakaian. Selain itu daerah lokasi usaha terletak pada jalur utama dimana banyak masyarakat yang menggunakan jalan tersebut untuk akses ke berbagai daerah di kota Jambi. Adanya lokasi usaha yang berlokasi di jalur utama tersebut membuat *Green Laundry* dapat menggapai beberapa pasar yang berpotensi, terlebih lagi daerah Jelutung kota Jambi menjadi tempat dengan perkembangan kantor terbanyak di kota jambi (www.jambikota.go.id, 5 mei 2019). Selain banyak perkantoran terdapat juga beberapa perhotelan seperti novotel, Odua weston, Abadi Suite, dan juga ada juga beberapa instansi seperti Badan narkotika nasional dan Polda Jambi, yang artinya itu menjadi potensi yang cukup besar bagi *Green*

Laundry, tetapi tidak menutup kemungkinan *Green Laundry* akan melayani konsumen dari berbagai daerah dikota Jambi, sehingga membuat cakupan *Green Laundry* menjadi lebih luas.

Strategi pemasaran adalah tindakan memasarkan suatu produk, berupa barang atau jasa dengan menggunakan pola perencanaan tertentu dengan tujuan meningkatkan penjualan (www.maxmonroe.com, 10 Februari 2019). Strategi pemasaran yang dilakukan oleh *Green Laundry* adalah strategi pengembangan produk, Strategi pengembangan produk adalah usaha untuk meningkatkan penjualan dengan menambahkan produk dan jasa baru pada pasar yang sekarang (Rhenald Kasali,2010). Penambahan layanan yang dilakukan Green Laundry adalah menambahkan layanan pencucian spesial yaitu pencucian jas, kebaya, dan pakaian pesta. Pada saat ini *Green Laundry* menggunakan teknik promosi *Advertising* melalui penyebaran brosur yang disebar di daerah sekitar lokasi usaha antara lain, komplek perumahan, perkantoran, dll. Menjalankan bisnis *Laundry* kiloan, kebersihan, kerapian dan keharuman merupakan hal yang sangat penting. Konsumen dapat merasakan dan melihat barangnya ketika pakaian tersebut telah di terima. Peran *Green Laundry* memberikan jasa dengan mengutamakan kualitas yang akan membuat konsumen merasa puas dan akan kembali lagi menggunakan jasa ini. Secara tidak langsung konsumen dapat merekomendasikan *Green Laundry* kepada orang-orang terdekat (*Word of Mouth*). Selain itu penulis juga melakukan promosi dengan menggunakan Instagram pribadi. berikut foto yang penulis upload pada Instagram pribadi penulis.



Gambar 1. 1 Promosi Instagram Pribadi

Pada masa yang akan datang, usaha ini akan mengembangkan teknik promosi dengan menggunakan Instagram *Green Laundry* sendiri, dengan tujuan agar dapat mempromosikan usaha ini ke masyarakat luas tanpa mengeluarkan biaya yang signifikan, selain itu untuk mempopulerkan nama *Green Laundry* di kalangan masyarakat kota Jambi.

Modal yang dikeluarkan untuk bisnis ini terbilang cukup besar karena besarnya biaya investasi di awal usaha ini, khususnya peralatan. Sumber dana yang digunakan untuk membangun bisnis ini berasal dari tabungan dari saudara penulis sebesar Rp 38.956.047. Modal awal yang cukup besar meyakinkan penulis bahwa pendapatan bersih dari usaha ini cukup menjanjikan. Pendapatan atau laba bersih bisnis ini pada tahun pertama diperoleh sebesar Rp 54.624.450,6. Dilihat dari tingkat pengembalian, jangka waktu yang dibutuhkan untuk pengembalian investasi awal adalah selama 7 bulan 25 hari. Pada *Net Present Value* hasil yang

didapatkan adalah sebesar 109.757.078,98 yang artinya usaha ini layak untuk dijalankan karena NPV lebih besar dari pada 0. Dari perhitungan *Profitability Index* hasil yang didapatkan sebesar 2,82 yang artinya usaha ini layak untuk dijalankan karena PI lebih besar dari 1.

1.2 Deskripsi Bisnis

Nama Bisnis : *Green Laundry*

Green mempunyai arti hijau. Nama Green ini diambil karena warna hijau yang identik dengan kesegaran yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan *Laundry* menekankan bahwa nama ini bergerak dalam bidang jasa pencucian. *Green Laundry* juga memiliki slogan yaitu “*Laundry Kiloan Kualitas Number One*” yang memiliki arti bahwa *Green Laundry* sangat menekankan kualitas dan mengutamakan kepuasan konsumen. Di masa mendatang *Green Laundry* akan menerapkan Go Green yang berarti mengurangi penggunaan bahan baku plastik salah satunya dengan mengganti kemasan plastik menjadi kemasan yang lebih ramah lingkungan.

Logo :



Gambar 1. 2 Logo *Green Laundry*

Arti Logo :

Logo *Green Laundry* berbentuk hanger pakaian, yang berarti menekankan bahwa usaha ini bergerak pada jasa pencucian pakaian dengan warna hijau yang menekankan bahwa pakaian yang keluar dari *Green Laundry* akan menjadi lebih segar. Selain itu *Green Laundry* memiliki slogan “Laundry Kiloan Kualitas *Number One*” yang artinya *Green Laundry* selalu mengutamakan kualitas dalam usaha ini.

Bentuk Kepemilikan dari bisnis ini adalah bentuk kepemilikan perseorangan. Perizinan dari usaha *Green Laundry* saat ini masih dalam proses.

Visi *Green Laundry* :

Menjadi *Laundry* kiloan terbesar dan terkenal di kota Jambi pada tahun 2025.

Misi *Green Laundry* :

1. Menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan.
2. Melayani konsumen dengan sepenuh hati.
3. Melatih karyawan mengenai segala proses produksi *Green Laundry*.

Alamat Perusahaan :

Green Laundry beralamat di Jl. H. M. Bafadhal no 48 C Cempaka Putih Jelutung Jambi. Daerah jelutung ini merupakan akses jalan yang banyak dilalui oleh banyak masyarakat dalam aktivitasnya. Selain itu wilayah ini merupakan pusat dari pada kota Jambi sehingga mudah dijangkau oleh banyak masyarakat.



Gambar 1. 3 Alamat *Green Laundry*

Alasan penulis memilih lokasi ini karena lokasi yang strategis mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan jasa ini, lokasi usaha dari *Green Laundry* terletak di jalan H.M. Bafadhal Cempaka Putih Jambi yang disekitarnya terdapat banyak perkantoran seperti Bank Sinarmas, Bank BCA, *Leasing* FIF, Adira, Koperasi, *Insurance* Prudential, dan beberapa perkantoran lainnya, selain itu di daerah dekat lokasi usaha juga terdapat pusat perbelanjaan dan swalayan (Trona & Pulo mas).