BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka Terkait permasalahan

Usaha laundry sebagai salah satu sektor UKM mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan yang semakin sibuk membuat banyak orang tidak memiliki cukup waktu untuk mencuci dan menyetrika pakaian mereka sendiri, sehingga memilih jasa laundry sebagai solusi yang lebih praktis dan efisien (Kompas.com, 2023). Perkembangan teknologi juga memperkuat daya saing bisnis laundry, di mana banyak pelaku usaha mulai mengadopsi sistem berbasis aplikasi untuk memudahkan pemesanan dan pembayaran, serta menyediakan layanan antar-jemput pakaian (Warta Ekonomi, 2023). Selain itu, inovasi seperti penggunaan mesin cuci hemat energi dan deterjen ramah lingkungan menjadi semakin diminati konsumen, seiring meningkatnya kepedulian masyarakat terhadap isu keberlanjutan. Bahkan, model layanan premium seperti dry clean untuk pakaian berbahan sensitif juga semakin berkembang (Republika, 2023). Di sisi lain, franchise laundry menjadi pilihan populer bagi wirausahawan karena menawarkan sistem yang sudah teruji, brand yang dikenal luas, serta peluang pasar yang terus bertumbuh (Kontan.co.id, 2023). Dengan meningkatnya kesadaran akan kebersihan dan kebutuhan akan layanan yang cepat serta berkualitas, industri laundry diprediksi akan terus berkembang dan menjadi salah satu sektor UKM yang menjanjikan di masa depan.

Dalam upaya pengembangan usaha laundry untuk cabang baru, ada beberapa aspek penting yang perlu disiapkan agar bisnis berjalan lancar dan sukses. Berikut adalah beberapa hal yang perlu diperhatikan:

1. Lokasi

Lokasi adalah berbagai kegiatan perusahan untuk membuat produk yang dihasilkan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaiamana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis menurut Kotler dan Amstrong (2018:51). Sederhananya, lokasi adalah tempat untuk memasarkan produk yang ingin dijual. Lokasi sangat penting untuk dipertimbangkan, karena lokasi yang strategis akan memberikan manfaat dalam jangka panjang (investasi). Memilih lokasi yang strategis bukan yang dekat dengan jalan raya, tetapi lokasi yang strategis adalah lokasi yang dekat dengan target konsumennya (Laura and Siringo Ringo, 2017)

2. Modal

Modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Oleh karena itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finasial atas usaha yang digalakan. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri , bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan lembaga keuangan non bank. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan (Bambang R, 2001), arti modal yang lain modal meliputi baik modal dalam bentuk uang maupun dalam bentuk barang. Schwiedlan dalam

buku (Bambang R, 2001). Modal sangat penting dalam mendirikan sebuah usaha. Besar kecilnya modal yang dibutuhkan tergantung dari besar kecilnya usaha yang akan didirikan .

3. Peralatan dan Bahan Operasional

Menurut Ambarwati dan Supardi (2021:8) Manajemen teknis/operasional adalah suatu aktivitas dalam mentransformasikan input-input menjadi output-output yang dapat menambah nilai pada barang atau jasa. Jadi, Manajemen Operasional adalah area bisnis yang berfokus pada proses produksi barang dan jasa, serta memastikan operasi bisnis berlangsung secara efektif dan efesien Seorang manajer operasi bertanggung jawab mengelola proses pengubahan input (dalam bentuk material, tenaga kerja, dan energi) menjadi output (dalam bentuk barang dan jasa). Menggunakan peralatan dan bahan operasional yang tepat akan membantu bisnis laundry berjalan lebih efisien, menghasilkan pakaian yang bersih dan rapi, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, pemilihan bahan yang berkualitas dapat mengurangi risiko kerusakan pakaian dan memperpanjang umur peralatan laundry. Seperti :

a) Peralatan Utama :

1) Mesin Cuci
2) Mesin Pengering
3) Setrika Uap
4) Meja Setrika
5) Timbangan Digital

6) Gantungan Baju
7) Keranjang Baju
8) Pompa Air/Tandon Air

b) Bahan Operasional

1) Deterjen
2) Parfum
3) Pemutih dan Pembersih Noda
4) Plastik kemasan Laundry

4. Sumber Daya Manusia (SDM)

Mathis dan Jackson dalam Wibowo (2020:9) menjelaskan bahwa SDM merupakan suatu rancangan dari berbagai sistem formal pada sebuah organisasi dengan tujuan memastikan penggunaan keahlian manusia secara efektif serta efisien untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan sesuai dengan keinginan. Perencanaan tenaga kerja merupakan suatu proses menentukan kebutuhan akan tenaga kerja berdasarkan peramalan, pengembangan, pengimplementasian, dan pengontrolan kebutuhan tersebut yang berintegrasi dengan rencana organisasi agar tercipta jumlah pegawai, penempatan pegawai secara tepat dan bermanfaat secara ekonomis

5. Strategi dan Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk memepertahankan kelangsungan hidup

perusahaan dan perkembangan usahanya dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan tergantung pada kemampuan dan kehalian di bidang pemasaran. Dalam pencapaian tujuan perlu adanya strategi pemasaran yaitu suatu rencana yang dimiliki oleh suatu perusahaan sebagai pedoman bagi kegiatan-kegiatan pemasaran guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Basu Swasta &Irawan, 1990). Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya Bennett dalam Fandy Tjiptono (2008). Sementara itu Tull dan Kahle dalam Fandy Tjiptono (2008) mendifinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang diguakan untuk melayani pasar sasaran tersebut

6. Sistem Manajemen dan Teknologi

Dalam hal pencatatan dan manajemen pesanan, aplikasi memungkinkan pelanggan untuk mendaftarkan diri dengan data seperti nama, nomor telepon, dan alamat jika tersedia layanan antar-jemput. Selain itu, pelanggan dapat memilih jenis layanan yang mereka butuhkan, seperti laundry kiloan, satuan, dry cleaning, atau hanya setrika. Aplikasi juga dapat memberikan perkiraan waktu penyelesaian pesanan berdasarkan kapasitas operasional yang tersedia. Hal ini memudahkan pelanggan dalam mengatur waktu pengambilan pakaian mereka. Dari sisi keuangan, aplikasi laundry memungkinkan pencatatan transaksi secara otomatis, sehingga tidak ada kesalahan dalam pembukuan. Pemilik usaha dapat melihat

semua transaksi masuk dan keluar dengan lebih transparan, termasuk pemantauan arus kas harian, mingguan, dan bulanan. Sistem ini juga dapat mendukung berbagai metode pembayaran, mulai dari tunai, kartu debit/kredit, hingga e-wallet seperti OVO, GoPay, dan DANA. Beberapa aplikasi bahkan dilengkapi dengan fitur laporan keuangan yang bisa dianalisis untuk melihat perkembangan bisnis.

Manajemen karyawan dalam bisnis laundry juga bisa lebih efektif dengan aplikasi ini. Fitur pencatatan absensi memungkinkan pemilik usaha untuk melacak kehadiran karyawan setiap harinya. Selain itu, tugas operasional seperti mencuci, menyetrika, mengemas, atau mengantar pesanan bisa dibagi dengan lebih sistematis. Beberapa aplikasi juga menyediakan laporan produktivitas karyawan berdasarkan jumlah pesanan yang mereka selesaikan. Dengan sistem ini, pemilik usaha dapat memberikan insentif atau bonus berdasarkan kinerja karyawan.

Layanan pelanggan juga semakin mudah dengan adanya aplikasi laundry. Data pelanggan tersimpan dengan rapi, termasuk riwayat transaksi dan preferensi layanan mereka. Hal ini memungkinkan pemilik usaha untuk memberikan pelayanan yang lebih personal. Selain itu, fitur notifikasi memungkinkan pengiriman pesan otomatis ke pelanggan, misalnya untuk mengingatkan bahwa laundry mereka sudah siap diambil atau menawarkan promo diskon. Beberapa aplikasi juga menyediakan fitur program loyalitas, di mana pelanggan bisa mengumpulkan poin dari setiap transaksi yang dapat ditukarkan dengan layanan gratis atau potongan harga. Keunggulan lain dari aplikasi laundry adalah kemampuannya untuk terintegrasi dengan layanan antar-jemput. Beberapa

aplikasi memiliki fitur yang memungkinkan pelanggan memesan layanan secara online dan mengatur jadwal pengambilan dan pengantaran pakaian mereka. Hal ini sangat membantu dalam meningkatkan kenyamanan pelanggan, terutama bagi mereka yang memiliki mobilitas tinggi. Secara keseluruhan, aplikasi manajemen laundry memberikan banyak keuntungan bagi pemilik usaha, baik dari segi efisiensi operasional, pengelolaan keuangan, manajemen karyawan, hingga peningkatan kepuasan pelanggan. Dengan sistem yang lebih terorganisir, bisnis laundry dapat berkembang lebih cepat dan memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan.

B. Tinjauan Pustaka Terkait Karya

1. Pengantar Bisnis

Berdasarkan ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual produk dan jasa kepada pembeli atau konsumen ataupun bisnis lainnya, untuk memperoleh laba. Bisnis merupakan suatu perusahaan yang ada kaitannya dengan produksi serta distribusi barang guna dilakukan dijual kembali ke pasar atau memberikan harga dalam setiap barang maupun jasa (Hughes, 1994).

Studi kelayakan bisnis merupakan gagasan awal untuk mengukur potensi suatu usaha dan sebagai langkah awal yang digunakan sebagai dasar pembangun usaha, hal tersebut berkaitan dengan seluruh aspek dan data yang telah dipenuhi suatu usaha sebagai usaha yang layak (Fitriani et al., 2022).

2. Wirausaha

Wirausaha adalah orang yang kreatif, dinamis dan inovatif, dan dia mau mengambil berbagai jenis risiko dan berani menghadapi semua tantangan yang tidak dapat diprediksi dan diramalkan sebelumnya, lewat kreativitasnya dan

kekuatan kemauan (the will power) untuk mencapai sukses. Dengan demikian wirausaha telah menjadi sebuah kebutuhan nasional suatu bangsa dan ini sekaligus membuat wirausaha sebagai sebuah profesi yang dibutuhkan secara mendesak oleh masyarakat dan bangsa. Sebagai sebuah profesi, wirausaha telah membuktikan diri sebagai profesi yang dapat memberikan kontribusi yang jelas dan menakjubkan untuk meningkatkan kemakmuran rakyat, baik secara individual dan berkelompok (berorganisasi) dan Negara. Perbedaan antara seorang wirausaha dan nonwirausaha adalah terletak pada kesiapannya (preparedness) untuk mengkombinasikan berbagai kreativitasnya, inovasi, pengambilan risiko (risktaking), dan komitmen untuk menciptakan, mengembangkan dan memaksimalisasi potensi diri dengan mendayagunakan peluang-peluang yang ada

C. Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Adnyana (2020:5) Studi Kelayakan Bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Mempelajari secara mendalam artinya meneliti secara sungguhsungguh data dan informasi yang ada, kemudian diukur, dihitung, dan dianalisis hasil penelitian tersebut dengan menggunakan metode-metode tertentu.

Kasmir dan Jakfar (2018:7) mengemukakan bahwa Studi Kelayakan Bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang usaha atau bisnis yang akan di jalankan, dalam rangaka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Mempelajari secara mendalam artinya meneliti secara sungguh-sungguh data dan informasi yang ada, kemudian diukur dihitung dan

dianalisis hasil penelitian tersebut dengan menggunakan metode-metode tertentu. Penelitian yang dilakukan terhadap usaha yang akan dijalankan dengan ukuran tertentu sehingga di peroleh hasil maksimal dari penelitian tersebut.

Kelayakan suatu usaha dapat dilihat dari berbagai aspek, setiap aspek untuk dapat dikatakan layak harus memiliki suatu standar nilai tertentu, namun keputusan penilaian tidak hanya dilakukan pada salah satu aspek saja. Penilaian untuk menentukan kelayakan harus didasarkan kepada seluruh aspek yang akan dinilai nantinya. Dalam buku *"Studi Kelayakan Bisnis"*, Kasmir dan Jakfar menjelaskan bahwa studi kelayakan bisnis meliputi analisis terhadap beberapa aspek utama: aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek sumber daya manusia, aspek teknis operasional dan aspek hukum.

1. Aspek Pemasaran dan Aspek Pasar

Pemasaran dan Aspek Pasar merupakan elemen penting dalam studi kelayakan bisnis, karena menentukan potensi daya tarik usaha di lokasi baru serta strategi pemasaran yang efektif. Menurut Kotler dan Keller (2016), keberhasilan suatu bisnis sangat dipengaruhi oleh pemahaman terhadap pasar dan kebutuhan pelanggan.

Menurut Ngatno (2017:8) Pemasaran adalah suatu proses manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen hingga sampai dengan konsumen. Pemasaran merupakan suatu proses perpindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Atau dapat dikatakan pula bahwa pemasaran

adalah semua kegiatan usaha yang berkaitan dengan dengan arus penyerahan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Dari beberapa pendapat yang dikemukakan oleh para ahli tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan sebuah strategi bisnis yang mengacu pada kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mempromosikan penjualan suatu produk baik itu berupa barang maupun jasa.

Oleh karena itu, aspek ini mencakup beberapa faktor utama agar suatu usaha atau bisnis dapat berjalan dengan lancar, maka perlu melakukan strategi bersaing yang tepat. Unsur strategi persaingan ini adalah menetapkan segmentasi pasar (segmentation), menetapkan pasar sasaran (targeting) dan menetapkan posisi pasar (positioning), atau yang sering disebut dengan STP.

a) Segmentasi pasar

Segmentasi pasar merupakan memecah pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau marketing mix yang berbeda. Beberapa aspek utama dalam mensegmentasi pasar yaitu:

1) Aspek Geografis komponenya adalah seperti bangsa, negara, provinsi, kabupaten, dan kecamatan.
2) Aspek Demografis komponennya adalah seperti usia dan tahap daur hidup, jenis kelamin dan pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama dan ras.
3) Aspek Psikografis komponennya adalah seperti kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian.

4) Aspek Perilaku komponennya adalah seperti kesempatan, tingkat penggunaan, status kesetiaan, tahap kesiapan pembeli dan sikap.

b) Marketing mix (Bauran Pemasaran Jasa)

Salah satu strategi yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran perusahaan adalah marketing mix strategy yang didefinisikan oleh Kotler dan Armstrong (1997) yang menyatakan bahwa marketing mix as the set of controllable marketing variables that the firm bleads to produce the response it wants in the target market". Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa bauran pemasaran merupakan variable-variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diharapkan dari pasar sasaran. Dan untuk usaha jasa terdapat 7 unsur marketing mix (Marketing Mix-7p) yaitu: Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Proses, Dan Physical Evidence.

1) Product (Produk)

Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

2) Price (Harga)

Menurut Monroe (2005) menyatakan bahwa harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Selain itu harga salah satu faktor penting konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak (Engel, Blackwell dan Miniard, 1996).

3) Promotion (promosi)

Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen atau pihak lain dalam saluran penjualan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Melalui periklanan suatu perusahaan mengarahkan komunikasi persuasif pada pembeli sasaran dan masyarakat melalui media-media yang disebut dengan media massa seperti Koran, majalah, tabloid, radio, televise dan direct mail (Baker, 2000:7).

4) Place (Saluran Distribusi)

Kotler (2000: 96) menyatakan bahwa “Saluran distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan segala kegiatan (Fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemiliknya dari produsen ke konsumen”. Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa saluran distribusi suatu barang adalah keseluruhan kegiatan atau fungsi untuk memindahkan produk disertai dengan hak pemiliknya dari produsen ke konsumen akhir atau pemakai industri.

5) People (Partisipan)

Yang dimaksud partisipan disini adalah karyawan penyedia jasa layanan maupun penjualan, atau orang-orang yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses layanan itu sendiri, diantaranya adalah para reception, dokter, dan beauty therapis.

6) Process (Proses)

Proses adalah kegiatan yang menunjukkan bagaimana pelayanan diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang. Pengelola klinik melalui front liner sering menawarkan berbagai macam bentuk pelayanan untuk tujuan menarik konsumen. Fasilitas jasa konsultasi dokter gratis, pengiriman produk, credit card, card member dan fasilitas layanan yang berpengaruh pada image perusahaan.

7) Physical evidence (Lingkungan fisik)

Lingkungan fisik adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana klinik yang merupakan tempat beroperasinya jasa layanan perawatan dan kecantikan kulit. Karakteristik lingkungan fisik merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi. Yang dimaksud dengan situasi ini adalah situasi dan kondisi geografi dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, pelatakan dan layout yang nampak atau lingkungan yang penting sebagai obyek stimuli (Belk 1974 dalam Assael 1992).

c) SWOT

Analisis SWOT (SWOT analysis) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan, Informasi eksternal mengeni peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan diperusahaan lain. Banyak perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-

trendomestik dan global yang relevan (Nisak 2013, 2). Menurut David (2008, 8) semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis (Rangkuti 2008, 8).

2. Aspek Umum Dan Manajemen

Memastikan ketersediaan tenaga kerja yang kompeten. kualitas tenaga kerja sangat menentukan keberhasilan operasional sebuah bisnis, karena karyawan yang terampil dan profesional dapat meningkatkan efisiensi serta kepuasan pelanggan(Usman et al., 2023). Selain itu, (Cipta, 2023) menekankan bahwa pelatihan karyawan yang berkelanjutan sangat penting untuk memastikan standar layanan tetap terjaga dan bisnis dapat berkembang secara berkelanjutan. Memberikan pelatihan agar layanan tetap konsisten di semua cabang. Menurut (Mokobombang & Natsir, 2024),pelatihan yang efektif dapat meningkatkan kompetensi karyawan serta memastikan standar layanan yang seragam di berbagai lokasi usaha. Selain itu, menurut (Jaya et al., 2025), program pelatihan yang berkelanjutan dapat meningkatkan produktivitas dan loyalitas karyawan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Aspek manajemen dan SDM menggunakan prinsip POAC yang dicetuskan oleh Terry (2003) yaitu, perencanaan (planning), pengorganisasian/pengelolaan (organizing), Pelaksanaan (actuating), dan pengawasan (controlling) (Tri Lastiwi et al., 2022). Perencanaan (planning), meliputi tujuan dan mencari cara bagaimana untuk mencapai sebuah tujuan yang berisi pendekatan perencanaan, rencana strategis berupa visi misi perusahaan, rencana kerja, dan rencana anggaran.

Pengorganisasian (organizing) merupakan proses dalam memastikan membutuhkan manusia dan fisik setiap sumber daya tersedia untuk menjalankan rencana dan mencapai tujuan yang berhubungan dengan perusahaan, meliputi penugasan setiap aktifitas, membagi pekerjaan ke dalam setiap tugas yang spesifik, dan menentukan siapa yang memiliki hak untuk mengerjakan beberapa tugas tertentu.

3. Aspek Teknik Operasional

Menyusun sistem operasional yang efisien dengan memastikan setiap tahapan dalam layanan laundry berjalan dengan lancar dan optimal. Menurut Heizer dan Render (2014), sistem operasional yang baik harus memperhitungkan efisiensi waktu, pengurangan pemborosan, serta peningkatan produktivitas. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah penggunaan teknologi dalam pencatatan transaksi dan sistem antrian pelanggan untuk menghindari keterlambatan dalam penyelesaian pesanan. Selain itu, standardisasi prosedur operasional melalui SOP (Standard Operating Procedure) yang jelas dapat meningkatkan konsistensi layanan serta meminimalisir kesalahan dalam operasional harian (Nabilla & Hasin, 2022). Menjaga kualitas layanan agar tetap tinggi dengan menerapkan standar operasional yang konsisten, pelatihan karyawan secara berkala, serta pemantauan umpan balik dari pelanggan. Menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (1996), kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka terhadap bisnis. Selain itu, Lovelock dan Wirtz (2016) menekankan bahwa kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui kecepatan layanan, kebersihan hasil cucian, serta kenyamanan fasilitas yang disediakan oleh usaha laundry.

Dalam bisnis laundry, aspek teknik operasional sangat penting untuk memastikan efisiensi dan kualitas layanan. Menurut Krajewski, Malhotra, dan Ritzman (2019) dalam buku *Operations Management*, aspek operasional dalam suatu bisnis harus dirancang agar mampu memenuhi permintaan pelanggan dengan cara yang paling efisien. Dalam konteks laundry, aspek teknik operasional mencakup lokasi, peralatan laundry, dan teknologi.

a. Lokasi (Location)

Pemilihan lokasi bisnis laundry sangat berpengaruh terhadap keberhasilan operasionalnya. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa lokasi yang strategis dapat meningkatkan visibilitas bisnis, mendekatkan layanan kepada pelanggan, dan mengurangi biaya operasional seperti transportasi dan distribusi.

Dalam bisnis laundry, pemilihan lokasi harus mempertimbangkan beberapa faktor utama:

1) Kedekatan dengan target pasar: Laundry yang berada di sekitar area perumahan, apartemen, atau kampus memiliki peluang lebih besar karena banyak pelanggan potensial yang membutuhkan layanan tersebut.
2) Aksesibilitas dan parkir: Lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan atau memiliki tempat parkir yang memadai akan memudahkan pelanggan.
3) Persaingan di sekitar lokasi: Analisis terhadap keberadaan kompetitor di area yang sama sangat penting untuk menentukan apakah pasar masih memiliki peluang yang cukup.

4) Biaya sewa dan operasional: Lokasi yang strategis cenderung memiliki harga sewa lebih tinggi, sehingga perlu dihitung apakah pendapatan bisnis dapat menutupi biaya tersebut.

Sebagai contoh, bisnis laundry yang menargetkan mahasiswa akan lebih efektif jika berlokasi di dekat asrama atau kos-kosan, sedangkan laundry yang menargetkan pelanggan kelas menengah ke atas mungkin lebih cocok berada di pusat kota atau perumahan elit.

b. Peralatan Laundry (Laundry Equipment)

Peralatan yang digunakan dalam bisnis laundry sangat menentukan efisiensi operasional serta kualitas layanan. Menurut Stevenson (2020) dalam *Operations Management*, pemilihan peralatan yang tepat dapat meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya operasional, serta memperpanjang umur layanan mesin. Beberapa jenis peralatan utama dalam bisnis laundry meliputi:

1) Mesin cuci industri: Dibandingkan dengan mesin cuci rumah tangga, mesin cuci industri memiliki kapasitas lebih besar, lebih tahan lama, dan mampu menangani beban kerja tinggi. Mesin cuci otomatis dengan sistem digital juga membantu menghemat air dan deterjen.
2) Pengering pakaian: Mesin pengering yang efisien sangat penting, terutama untuk laundry yang beroperasi di daerah dengan curah hujan tinggi atau tidak memiliki ruang jemur yang luas.
3) Setrika uap dan meja setrika: Setrika uap lebih cepat dalam merapikan pakaian dibandingkan setrika listrik biasa dan dapat menghasilkan hasil yang lebih halus tanpa merusak kain.

4) Mesin dry cleaning: Untuk layanan premium seperti pencucian jas, gaun, atau bahan yang sensitif terhadap air, mesin dry cleaning menjadi investasi penting.
5) Sistem filtrasi air dan deterjen ramah lingkungan: Beberapa bisnis laundry modern telah mengadopsi sistem filtrasi air yang lebih ramah lingkungan untuk menghemat air dan mengurangi limbah deterjen.

Pemilihan peralatan harus disesuaikan dengan skala bisnis dan target pelanggan. Laundry skala kecil mungkin cukup menggunakan mesin cuci rumah tangga dengan kapasitas besar, sedangkan laundry profesional atau hotel laundry memerlukan peralatan industri yang lebih canggih.

c. Teknologi dalam Operasional Laundry

Teknologi semakin berkembang dan berperan penting dalam meningkatkan efisiensi bisnis laundry. Davenport dan Short (2017) menyatakan bahwa digitalisasi operasional dapat mengurangi biaya, mempercepat proses layanan, dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

4. Aspek Keuangan

Menurut Fahmi (2018:2) Manajemen keuangan adalah gabungan ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisa tentang bagaimana seorang manajer keuangan yang mempergunakan seluruh sumber daya perusahaan guna mencari dana, mengelola dana, serta membagi dana bertujuan agar mampu memberikan profit atau laba dan kemakmuran para pemegang saham dan suistainability (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan. Berikut adalah enam perhitungan utama yang digunakan dalam analisis ini:

a. Net Present Value (NPV)

Net Present Value (NPV) merupakan selisih antara present value dari investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan-penerimaan kas bersih di masa yang akan datang (Rangkuti, 2012:166).

$$NPV = \sum PV_t - A_o$$

b. Payback Period

Payback Period menunjukkan berapa lama investasi bisa kembali. Semakin singkat periode pengembalian modal, semakin baik kelayakan investasi. Rumusnya adalah:

$$\text{Payback Period} = \left(\frac{Investasi\ Awal}{Arus\ kas}\right)\ x\ 1\ Tahun$$

c. Internal Rate of Return (IRR)

IRR adalah tingkat pengembalian yang dihasilkan dari investasi yang dilakukan. IRR dihitung dengan mencari nilai diskonto yang membuat NPV sama dengan nol. Jika IRR lebih besar dari tingkat keuntungan yang diharapkan, maka investasi dianggap menguntungkan.

$$IRR = R_1 + \left(\frac{PV_{1\ -\ PV_o}}{PV_1 - PV_2}\right)\ x\ (R_1 - R_2)$$

d. Profitability Index (PI)

PI digunakan untuk mengukur profitabilitas bisnis berdasarkan rasio antara nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan dengan investasi awal. Rumusnya adalah:

$$PI = \frac{\sum PV\ kas\ Bersih}{\sum PV\ Investasi}$$

Jika PI lebih dari 1, maka investasi dianggap layak. Perhitungan ini membantu Amanda Laundry dalam menilai apakah ekspansi cabang baru layak secara finansial dan dapat memberikan keuntungan dalam jangka panjang.

e. Average Rate of Return

Average Rate of Return (ARR), merupakan metode terakhir yang digunakan untuk menghitung tingkat keuntungan rata-rata yang akan diperoleh dari suatu cinvestasi, dengan cara membandingkan average after tax (EAT) atau laba bersih 22 setelah pajak dengan investment selama masa manfaat dikalikan 100% (Hidayat et al., 2022). Jika nilai perbandingan > nilai investasi awal, maka dianggap layak.

$$Presentase\ ARR\ = \frac{Rata{-}rata\ EAT}{Rata{-}rata\ investasi\ awal}$$

5. Aspek Hukum dan Legalitas

Aspek hukum dan legalitas merupakan elemen penting dalam memastikan keberlanjutan usaha serta menghindari potensi masalah hukum di masa depan. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), legalitas bisnis berperan dalam memberikan perlindungan hukum terhadap pemilik usaha, pelanggan, dan pihak ketiga lainnya. Selain itu, Umar (2005) menyatakan bahwa kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku dapat meningkatkan kredibilitas dan profesionalisme suatu usaha.

Beberapa aspek hukum yang harus diperhatikan dalam pembukaan cabang baru Amanda Laundry meliputi:

a) Perizinan Usaha: Memastikan usaha memiliki dokumen legal seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP). Menurut Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan, setiap badan usaha diwajibkan untuk memiliki izin usaha yang sah agar dapat beroperasi secara legal.

b) Pajak dan NPWP: Mendaftarkan usaha untuk mendapatkan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan memastikan kewajiban perpajakan dipenuhi sesuai dengan regulasi yang berlaku. Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, kepatuhan terhadap pajak merupakan aspek penting dalam menjalankan usaha yang berkelanjutan.

c) Kontrak dan Perjanjian: Jika menyewa tempat usaha, penting untuk menyusun perjanjian sewa-menyewa yang jelas dan menguntungkan kedua belah pihak. Menurut Munir Fuady (2014), kontrak bisnis yang dibuat dengan prinsip kehati-hatian dapat mengurangi risiko sengketa hukum di kemudian hari.

6. Aspek Sosial dan Lingkungan

Aspek sosial dan lingkungan memiliki peran penting dalam keberlanjutan usaha Amanda Laundry. Studi kelayakan bisnis harus mempertimbangkan dampak usaha terhadap masyarakat sekitar serta lingkungan. Menurut Kotler dan Keller (2016), bisnis yang memperhatikan aspek sosial dan lingkungan cenderung mendapatkan kepercayaan lebih tinggi dari masyarakat dan pelanggan.

1) Dampak Lingkungan: Pengelolaan limbah deterjen dan air limbah secara ramah lingkungan sangat penting untuk mengurangi pencemaran. Menurut Porter dan Kramer (2011), perusahaan yang menerapkan tanggung jawab lingkungan akan memiliki keunggulan kompetitif karena meningkatkan citra positif di mata pelanggan.

2) Dampak Sosial: Laundry dapat memberikan manfaat sosial dengan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Menurut Freeman (1984), pendekatan berbasis stakeholder dalam bisnis memastikan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan tetapi juga kontribusi terhadap kesejahteraan sosial.

3) Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR): Implementasi program CSR, seperti penggunaan deterjen ramah lingkungan dan penyuluhan kepada masyarakat mengenai pengelolaan limbah rumah tangga, dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta memberikan dampak positif bagi lingkungan dan sosial.

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang telah dilakukan dapat dikaitkan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis karena penelitian sebelumnya digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya. Untuk melindungi perusahaan dari risiko kerugian dan menentukan apakah bisnis dapat dipertahankan selama beberapa tahun ke depan, studi kelayakan bisnis dilakukan untuk menentukan apakah bisnis layak atau tidak.Pada penelitian sebelumnya, terdapat beberapa penelitian yang hanya berfokus menguji suatu kelayakan usaha dari sisi aspek finansial. Aspek finansial

yang diuji pada umumnya seperti laporan arus kas (cashflow), budgeting, laporan laba/rugi, dan Payback Periode (PP).

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan untuk melakukan penelitian yang akan dilakukan, dengan demikian penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dapat memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Studi kelayakan bisnis adalah sebuah pengkajian untuk melihat suatu usaha layak dijalankan atau tidak, hal tersebut berfungsi untuk menghindari perusahaan dari resiko kerugian serta mengetahui potensi keberlanjutan suatu usaha dalam waktu beberapa tahun yang akan datang. Pada penelitian sebelumnya, terdapat beberapa penelitian yang hanya berfokus menguji untuk menganalisis kelayakan usaha pada Hotmie Jababeka yang di lakukan oleh (Putra et al, 2024), untuk mengetahui apakah usaha yang sedang dijalankan bisa mendapatkan keuntungan finansial yang ditinjau dari aspek pasar & pemasaran, aspek tehnik/produksi, aspek manajemen dan aspek hukum.

Beberapa penelitian lain yang dilakukan oleh (Sudiartini et al, 2021) melakukan penelitian ini untuk mengetahui kelayakan usaha Sari Merta Laundry ditinjau dari aspek non finansial dan aspek finansial. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif-kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan aspek non finansial (aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen dan sumber daya manusia) dari usaha Sari Merta Laundry adalah layak walaupun ditemukan beberapa kelemahan. Beberapa penelitian sebelumnya yang menjadi acuan dan referensi penulis akan dijabarkan dalam tabel berikut :

Tabel 3
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penulis dan Tahun Penerbitan	Judul Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Peneletian
1	Sudiartini, Ni Wayan Ari Astari, Anak Agung Elik Laksmi, Ni Putu Andini Desiyanti Damayanti, Ni Luh Putu, 2021	Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Sari Merta Laundry *Business In Guwang Village, Sukawati District*	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kelayakan usaha Sari Merta Laundry ditinjau dari aspek non finansial dan aspek finansial. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif-kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.	Usaha Sari Merta Laundry dinyatakan layak secara aspek non finansial dan finansial hal ini dapat dilihat dari NPV (Net Present Value) yang diperoleh > 0 dan bernilai postitif yakni sebesar Rp.10.244.159. Nilai IRR (Internal Rate Of Return) yang dihasilkan > tingkat suku bunga bank umum yakni 17,47%. Payback Period yang dihasilkan < umur investasi yakni 3,2 tahun. Profability Index (PI) yang diperoleh > 1 yakni sebesar 1,18. Berdasarkan analisis IFAS dan EFAS, usaha Sari Merta Laundry memiliki faktor internal perusahaan yang lebih kuat dari faktor eksternal. Diagram
2	Putra, A J Tawakal, M I Christianto, M., 2024	Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan Usaha Hotmie Jababeka Cikarang Ditinjau Dari Aspek Hukum, Aspek Pasar &Pemasaran, Aspek Teknik.	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kelayakan usaha pada Hotmie Jababeka, untuk mengetahui apakah usaha yang sedang dijalankan bisa mendapatkan keuntungan finansial yang ditinjau dari aspek pasar & pemasaran,	Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa analisis kelayakan usaha Hotmie Jababeka, dievaluasi melalui empat aspek yang berbeda, menunjukkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan. Pada aspek hukum, dapat disimpulkan bahwa Hotmie memiliki izin yang diperlukan untuk beroperasi sebagai perusahaan perseorangan,

			aspek tehnik/produksi, aspek manajemen dan aspek hukum.	menandakan kelayakan hukum usaha ini. Selanjutnya, dalam analisis pasar dan pemasaran, dapat dilihat bahwa Hotmie memiliki potensi pasar yang besar, didukung oleh lokasi strategis dan strategi pemasaran yang matang. Aspek manajemen sumber daya manusia juga dinilai layak, dengan pemilik usaha mampu menjalankan fungsi manajemen dengan baik, termasuk dalam rekrutmen, pembagian tugas yang jelas, dan pelatihan yang membantu pengembangan karyawan. Terakhir, dalam aspek teknis/produksi, Hotmie menunjukkan kelayakan dengan lokasi yang strategis, tata letak yang terencana, serta peralatan yang terawat dengan baik. Secara keseluruhan, hasil analisis dari berbagai aspek menegaskan bahwa Hotmie Jababeka memiliki kelayakan untuk berhasil di pasar dan dapat beroperasi dengan efektif.
3	Lubis, F. S., Umam, M. I. H., & Nabila, S., 2023.	ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA ERINA LAUNDRY	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Erina Laundry layak untuk dilaksanakan. Pada aspek pemasaran dengan	Berdasarkan aspek finansial, perhitungan Payback Periode menunjukkan bahwa modal usaha dapat diperkirakan mengalami payback dalam waktu 4 Bulan 21 Hari, lebih kecil dari umur bisnis yang telah

			menggunakan metode SWOT.	berjalan selama 6 Bulan. Average Rate Of Return menunjukkan ARR yang diperoleh sebesar 44,99% yang artinya return yang dihasilkan kedepannya memungkinkan untuk melebihi tingkat keuntungan yang diharapkan, dengan nilai Net Present Value yang diperoleh bernilai postitif sebesar Rp. 1.952.731. Internal Rate Of Return menunjukkan IRR yang diperoleh lebih besar dari tingkat suku bunga acuan, yaitu sebesar 9,63%. Sementara itu, perhitungan Index Profitabilitas (PI) yang merupakan rasio antara present value arus kas dengan nilai investasi dari bisnis diperoleh lebih besar dari 1 yaitu sebesar 1,140. Dengan demikian, Erina Laundry layak untuk dilanjutkan.
4	Ida Handayani Siregar., 2023	Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha laundry di A Family Laundry kelurahan Sihitang Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara.	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis kelayakan usaha laundry yang dijalankan atau yang dikembangkan A Family Laundry Kelurahan Sihitang, Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara. Dengan meninjau aspek	Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek pasar dan pemasaran, pada aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan SDA, serta aspek finansial dari usaha A Family Laundry adalah layak untuk dijalankan walaupun ditemukan beberapa kelemahan, dimana aspek pasar dan pemasaran bisnis A Family Laundry yang memiliki tingkat minat konsumen yang

			pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan SDA, dan aspek keuangan.	banyak didasarkan pada pasar potensial, pada pasar tersedia tingkat ketersediaan konsumen dalam menggunakan jasa laundry dengan tarif yang telah ditentukan. Pada aspek teknis didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai sehingga mampu memenuhi permintaan konsumen. Sedangkan dalam aspek keuangan menunjukkan bahwa dari hasil perhitungan kriteria kelayakan dengan menggunakan metode modal usaha, estimasi penghasilan serta payback period menunjukkan bahwa bisnis A Family Laundry dengan 100% modal sendiri layak untuk dijalankan.

Berdasarkan sejumlah penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa studi kelayakan bisnis telah banyak dilakukan dalam konteks usaha kecil dan menengah, termasuk di sektor laundry dan kuliner. Misalnya, penelitian pada Sari Merta Laundry Business di Desa Guwang, Kecamatan Sukawati lebih menekankan pada evaluasi kelayakan usaha dalam konteks lokal, dengan fokus utama pada operasional dan eksistensi usaha yang telah berjalan. Selanjutnya, pada pengembangan usaha Hotmie Jababeka Cikarang, studi kelayakan dilakukan dengan meninjau dari aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, serta aspek teknis. Penelitian ini menggambarkan bagaimana sebuah usaha kuliner dapat dikembangkan dengan memperhatikan tiga aspek utama tersebut, namun masih berpusat pada optimalisasi satu titik usaha yang sudah ada. Begitu pula

dalam analisis kelayakan bisnis pada usaha Erina Laundry, serta penelitian terhadap A Family Laundry di Kelurahan Sihitang, Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara, kedua studi tersebut sama-sama berfokus pada perbaikan kualitas layanan, efisiensi operasional, serta peningkatan daya saing di cabang utama. Artinya, pendekatan yang digunakan masih bersifat internal dan belum menyoroti potensi ekspansi usaha ke wilayah lain.

Berbeda dengan penelitian-penelitian tersebut, penelitian yang akan dilakukan bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis dalam konteks pembukaan cabang baru. Fokus penelitian ini tidak hanya pada perbaikan layanan di lokasi utama, melainkan mengarah pada pengembangan dan perluasan usaha dengan pendekatan yang lebih strategis. Dalam hal ini, studi kelayakan bisnis akan dilihat dari berbagai aspek penting, yaitu:

1. Aspek pasar dan pemasaran, untuk menilai apakah wilayah baru memiliki potensi permintaan layanan yang tinggi serta bagaimana strategi promosi dan positioning yang efektif dapat diterapkan.
2. Aspek teknis dan teknologi, guna memastikan kesiapan operasional, efisiensi peralatan, serta kecocokan infrastruktur dan lokasi usaha yang direncanakan.
3. Aspek manajemen dan sumber daya manusia, yang mencakup rencana struktur organisasi, rekrutmen, pelatihan, dan pengelolaan karyawan di cabang baru.
4. Aspek keuangan, untuk mengetahui besarnya investasi awal yang dibutuhkan, estimasi biaya operasional, proyeksi keuntungan, dan waktu pengembalian modal.

5. Aspek hukum, guna memastikan bahwa semua proses pendirian cabang dilakukan sesuai dengan regulasi yang berlaku, baik dari segi perizinan usaha maupun kepatuhan terhadap undang-undang ketenagakerjaan dan lingkungan.

Dengan demikian, penelitian ini menawarkan perspektif baru dalam studi kelayakan bisnis, yaitu melalui pendekatan ekspansi atau pengembangan cabang, bukan hanya pembenahan usaha yang telah berjalan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif dan menjadi dasar pengambilan keputusan yang lebih terukur bagi pemilik usaha dalam mengembangkan bisnis ke wilayah yang lebih luas.

E. Kerangka Pikir

Gambar 2

Kerangka Pikir



Sumber dari : Kasmir dan Jakfar

Kerangka pikir yang ditampilkan menggambarkan proses analisis yang sistematis dalam menilai kelayakan pembukaan cabang baru Amanda Laundry. Dimulai dari identifikasi masalah, Amanda Laundry memiliki keinginan untuk memperluas usahanya karena cabang utama menunjukkan performa yang baik. Namun, ekspansi ini perlu didukung dengan pertimbangan yang matang agar tidak menimbulkan risiko kerugian di kemudian hari. Langkah berikutnya adalah merumuskan tujuan dari analisis, yaitu untuk mengetahui apakah pembukaan cabang baru dapat memberikan hasil yang sebanding atau bahkan lebih baik dari cabang utama. Untuk menjawab hal tersebut, dilakukan pengumpulan data yang relevan, seperti data pemasukan usaha selama tiga tahun terakhir, kondisi pasar, potensi pelanggan di wilayah yang dituju, serta keberadaan kompetitor di sekitar lokasi yang direncanakan. Setelah data terkumpul, dilakukan analisis untuk melihat tren pertumbuhan usaha, menilai daya tarik pasar, serta memahami faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat keberhasilan cabang baru. Dari sini akan terlihat apakah model bisnis Amanda Laundry cocok untuk diterapkan di lokasi lain dan apakah kondisi pasar di sana cukup menjanjikan.Proses ini kemudian dilanjutkan dengan evaluasi terhadap peluang dan risiko yang ada. Peluang dilihat dari kebutuhan pasar terhadap jasa laundry dan kekuatan merek Amanda Laundry itu sendiri, sementara risikonya bisa berasal dari kompetitor, lokasi yang kurang strategis, atau keterbatasan sumber daya. Hasil evaluasi ini menjadi dasar dalam mengambil kesimpulan dan menyusun rekomendasi. Apabila hasilnya menunjukkan bahwa pembukaan cabang baru layak dan memiliki prospek cerah, maka langkah ekspansi bisa dilakukan dengan perencanaan yang matang. Namun jika ditemukan kendala besar atau ketidakpastian, maka perlu

adanya penyesuaian strategi atau penundaan pembukaan cabang. Dengan mengikuti alur berpikir ini, keputusan bisnis dapat diambil secara rasional, terukur, dan minim risiko.