

**Pengembangan Eiffel Laundry
Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran Serta Aspek Teknis
(Studi Literatur dan Perancangan Bisnis Eiffel Laundry)**

Ratna Mustika Arum¹, Tyas Nur 'Aini²

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

e-mail: ratnamustika.arum@gmail.com¹, tyasyas1705@gmail.com²

Abstrak

Bisnis yang bergerak di bidang jasa di Jombang yaitu jasa dalam mencuci pakaian. Pemilik usaha ingin mengembangkan bisnis dengan membuat inovasi dibagian aspek pasar dan pemasaran serta pada aspek teknis sistem. Bisnis ini bertujuan untuk memperoleh keuntungan pengembalian modal serta mengembangkan usaha agar usaha ini tetap berjalan dan menjadi bisnis laundry yang terus berkembang. Maka dari itu, dilakukan analisis kelayakan pengembangan bisnis Eiffel Laundry di Jombang. Penelitian ini dilakukan pada November-Desember 2019 dengan teknik pengumpulan data sekunder dengan mengkaji teori dan penelitian terdahulu dan website. Metode yang digunakan dalam Jombang penelitian ini adalah aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan aspek finansial dengan analisis kelayakan bisnis yaitu *Payback Period* (PP) dan analisis Risiko.

Dalam aspek pasar dan pemasaran bisnis Eiffel Laundry yang memiliki tingkat minat konsumen yang 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 *demand*. Dalam aspek finansial, bisnis layak dijalankan dengan modal sendiri dengan *payback period* selama 15 bulan 10 hari. Dalam analisis risiko total jumlah persentase risiko dari berbagai aspek memiliki total risiko sebesar 11,67%. Berdasarkan hasil diatas maka dari itu dapat disimpulkan bahwa bisnis layak untuk dijalankan.

Kata kunci: Studi Kelayakan Pasar dan Pemasaran, Investasi dan Analisis Risiko

Abstract

Businesses that are engaged in services in Jombang are services in washing clothes. The business owner wants to develop the business by making innovations in the market and marketing aspects as well as in the technological aspects. Therefore, an analysis of the feasibility of developing the My Eiffel Laundry business in Jombang. This research was conducted in November-December 2019 with secondary data collection techniques by reviewing the theory and previous research and websites. The method used in this research is market and marketing aspects, technical aspects and financial aspects with a business feasibility analysis that is Payback Period (PP) and Risk analysis.

In the market and marketing aspects of the Eiffel Laundry business, which has a high level of consumer interest based on potential markets, the available market level of consumers' availability in using laundry services at a predetermined rate. In the technical aspect, it is supported with adequate facilities and infrastructure so that it can meet the demands of the demand. In the financial aspect, the business is feasible to run with its own capital with a payback period of 15 months 10 days. In a total risk analysis the percentage of risk from various aspects has a total risk of 11.67%. Based on the above results, it can be concluded that the business is feasible to run.

Keywords: Market and Marketing Feasibility Study, Investment and Risk Analysis

A. PENDAHULUAN

Kabupaten Jombang merupakan sebuah kabupaten yang terletak pada bagian tengah provinsi Jawa Timur, luas wilayahnya 1.159,50 km² dan jumlah penduduknya sekitar 1.201.557 jiwa (2019). Pusat pemerintahan kabupaten Jombang terletak ditengah-tengah wilayah kabupaten Jombang yang terletak ditengah-tengah wilayah kabupaten yang memiliki ketinggian 44 meter di atas permukaan laut dan berjarak 79 KM dari barat Surabaya dan juga memiliki posisi strategis karena berada pada persimpangan jalur lintas utara, dan selatan pulau Jawa. Kabupaten Jombang juga dikenal dengan sebutan kota santri karena merupakan pusat pondok pesantren di tanah Jawa, banyaknya sekolah pendidikan dan juga pesantren dimana hampir seluruh pendiri pesantren di tanah Jawa pernah berguru di Jombang. Selain hal itu, kepadatan penduduk yang bekerja perkantoran yang biasanya tinggal di beberapa kos, rumah serta banyaknya pendidikan formal tingkat perkuliahan yang memungkinkan mereka memiliki kegiatan yang sangat padat sekali.

Pada zaman modern sekarang, perubahan gaya hidup serta tuntutan ekonomi menjadikan seseorang dituntut agar dapat mengatur waktunya secara efisien baik dalam mengurus urusan secara pribadi maupun urusan secara kelompok. Dengan banyaknya kegiatan yang dilakukan serta habisnya tenaga untuk menyelesaikan kegiatan diluar rumah Kemajuan teknologi juga memberikan dampak pengaruh terhadap gaya hidup pada zaman modern ini terutama yang terjadi pada kota-kota besar, wilayah pemukiman, kos-kosan yang padat akan kesibukan diluar rumah serta terjadi pada wilayah pondok pesantren dimana mereka disibukkan dengan banyaknya kegiatan wajib yang harus mereka lakukan. Wilayah Jombang banyak sekali perumahan, serta area pondok pesantren dan juga area perkuliahan sehingga banyak ibu rumah tangga yang bekerja, karyawan kantor, anak pondok anak kuliah yang tentunya sibuk dengan aktifitas masing-masing sehingga tidak memiliki waktu yang cukup untuk mencuci pakaian mereka. Hal seperti itulah akan memberikan dampak pada sedikitnya waktu dalam mengurus urusan rumah seperti mencuci pakaian, membersihkan rumah, dan memasak, serta menuntut mereka dalam hidup secara praktis untuk menyelesaikan semua pekerjaan mereka. Dari hal itu keberadaan jasa laundry sangat dibutuhkan untuk menyelesaikan masalah yang ada. Oleh karena itu, tingginya kebutuhan orang dengan jasa *laundry* itulah yang menyebabkan bisnis *laundry* berkembang pesat pada lingkungan masyarakat umum, tidak terkecuali di daerah wilayah Jombang.

Sebelumnya telah banyak penelitian terdahulu yang meneliti tentang usaha jasa dalam bidang laundry, penelitian yang dilakukan oleh Hudi Marhaban (2019) mengemukakan tentang aspek studi kelayakan bisnis yang ditinjau dari beberapa aspek sehingga usaha tersebut dapat dijalankan dengan baik. Penelitian yang kedua dilakukan oleh Nadia Utari (2019) tentang pengembangan usaha laundry melalui aspek pengembangan melalui aspek *online* dan *offline* yang ditinjau dari aspek pasar, teknis dan finansialnya yang memiliki hasil layak untuk dijalankan. Berdasarkan latar belakang di atas dengan mempertimbangkan pelaku bisnis *laundry* yang sudah berkembang sebelumnya, maka penulis ingin mengetahui bagaimana perencanaan pengembangan untuk sebuah usaha jasa laundry, Maka dari latar belakang itulah penulis ingin membuat usaha jasa cuci baju yang bernama "Eiffel Laundry". Tujuan didirikannya usaha Eiffel Laundry ini adalah dapat diklasifikasi menjadi 2 tujuan yaitu yang pertama adalah tujuan dalam jangka pendek meliputi BEP atau balik modal, dapat menyejahterakan karyawan di perusahaan jasa Eiffel Laundry dan yang kedua adalah bertujuan secara jangka panjang, meliputi: Mengembangkan sarana dan prasarana, mengembangkan kerja sama dengan perusahaan pendukung laundry (perusahaan sabun cuci dan perusahaan mesin cuci), memiliki kantor cabang pada beberapa negara Indonesia.

B. STUDI PUSTAKA

1. Pengertian Jasa

Jasa adalah hasil produk yang tidak memiliki bentuk tidak nyata berupa kegiatan yang bermanfaat dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen (Rusdiana, 2014:176).

2. Karakteristik Produk Jasa

Produk berupa jasa memiliki karakteristik yang berbeda-beda dengan produk berupa barang. Menurut Kotler (2003), ada empat karakteristik yang dimiliki oleh jasa, yaitu sebagai berikut:

a. Tidak berwujud

Artinya sesuatu yang tidak berwujud. Jasa tidak dapat dilihat, diraba, dirasa didengar namun dapat dirasakan manfaatnya ketika telah menggunakan sebuah produk jasa. Dalam mempertahankan suatu bisnis di bidang jasa konsumen harus merasakan manfaat kualitas jasa yang baik mulai segi tempat, peralatan, alat komunikasi serta harga. Sehingga perusahaan jasa harus menghadapi tantangan dalam pengelolaan informasi yang diwujudkan dalam bentuk produk jasa.

b. Tidak dapat dipisahkan

Pada umumnya sebuah produk jasa dijual terlebih dahulu baru diproduksi dan digunakan secara bersamaan. Interaksi antara pemberi jasa dan pengguna jasa, keduanya harus mempengaruhi hasil yang baik, sehingga dalam hal ini perusahaan jasa harus memperhatikan sumber daya manusia dalam perusahaan tersebut.

c. Keragaman

Jasa memiliki beberapa macam, jenis dan kualitas yang tergantung pada siapa jasa digunakan, dimana dan kapan saja jasa dihasilkan.

d. Tidak tahan lama

Jasa merupakan komunitas yang tidak tahan lama dan tidak bisa disimpan, jika suatu jasa tidak bisa digunakan maka jasa tersebut akan hilang begitu saja. Jika permintaan jasa tidak konstan biasanya terjadinya permasalahan yang akan muncul

3. Studi Kelayakan Bisnis

Studi Kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari tentang suatu bisnis usaha yang akan di laksanakan untuk menentukan layak atau tidak layaknya usaha tersebut untuk di jalankan (Kasmir dan Jakfar, 2012:7). Objek yang diteliti tidak hanya diterapkan pada bisnis atau usaha yang besar saja, tetapi juga bisa diterapkan pada bisnis atau usaha kecil.

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar digunakan mengetahui analisis aspek pemasaran yang dilakukan berdasarkan harga, produk dan distribusi. Menurut Umar (35:2001) Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan menetapkan harga. Pasar merupakan kumpulan pembeli nyata dan potensial atas barang atau jasa (Kasmir & Jakfar, 2006).

Penentuan pasar sasaran harus dilakukan oleh setiap perusahaan dengan cara melakukan segmentasi pasar karena pada dasarnya pasar bersifat heterogen, dan segmentasi pasar menghasilkan segmen-segmen yang relatif homogen kemudian terbatasnya sumber daya yang ada maka perusahaan harus memilih sasaran yang lebih jelas karena untuk memenuhi pasar yang sesuai dengan target perusahaan perusahaan memiliki sumber daya yang terbatas. Dalam pemasaran biasanya dikenal dengan *marketing mix* yang ada 7 yaitu:

1) Produk (*Product*)

Kebijaksanaan mengenai produk atau jasa meliputi jumlah barang/jasa yang akan ditawarkan perusahaan, pelayanan khusus yang ditawarkan perusahaan guna mendukung penjualan barang dan jasa, dan bentuk barang ataupun jasa yang ditawarkan. Produk merupakan elemen yang paling penting. sebab dengan inilah perusahaan berusaha untuk memenuhi "kebutuhan dan keinginan" dari konsumen.

2) Harga (*Price*)

Setiap perusahaan selalu mengejar keuntungan guna kesinambungan produksi. Keuntungan yang diperoleh ditentukan pada penetapan harga yang ditawarkan. Harga suatu produk atau jasa ditentukan pula dari besarnya pengorbanan yang dilakukan untuk menghasilkan jasa tersebut dan laba atau keuntungan yang diharapkan.

3) Tempat (*Place*)

Setelah perusahaan berhasil menciptakan barang atau jasa yang dibutuhkan dan menetapkan harga yang layak, tahap berikutnya menentukan metode penyampaian produk/jasa ke pasar melalui rute-rute yang efektif hingga tiba pada tempat yang tepat, dengan harapan produk/jasa tersebut berada ditengah-tengah kebutuhan dan keinginan konsumen yang haus akan produk/jasa tersebut.

4) Promosi (*Promotion*)

Aspek ini berhubungan dengan berbagai usaha untuk memberikan informasi pada pasar tentang produk/jasa yang dijual, tempat dan saatnya. Ada beberapa cara menyebarkan informasi ini, antara lain periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*Personal Selling*), Promosi penjualan (*Sales Promotion*) dan Publisitas (*Publicity*).

5) Proses (*Process*)

Proses dapat diartikan sebagai langkah-langkah yang dilakukan antara penjual dan pembeli yang meliputi pelayanan dan sebuah proses transaksi, lakukanlah pelayanan dengan berbagai teknik sesuai dengan ketentuan yang ditentukan suatu perusahaan tersebut agar konsumen merasa terlayani dengan baik dan merasa puas terhadap layanan yang diberikan.

6) Orang (*People*)

Unit dalam suatu perusahaan atau bisnis yang mengoperasikan seluruh kinerja suatu bisnis. Orang dalam suatu bisnis juga dapat dikatakan sebagai elemen SDM termasuk pekerja atau tim bisnis.

7) Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Physical evidence adalah semua hal yang berbentuk peralatan ataupun bukti nyata yang dapat digunakan sebagai pendukung berkalanya suatu bisnis.

Perkembangan pemikiran pemasaran, disadari atau tidak, sejalan dengan perkembangan peradaban dan pemikiran masyarakat di berbagai bangsa. Sejalannya suatu perkembangan baik perkembangan zaman, pemikiran maupun peradaban yang terjadi maka suatu kompleks pemasaran juga suatu hal yang relevan dalam perkembangannya. Artinya adalah dimana masyarakat selalu dihadapkan pada suatu pilihan dan sumber daya yang terbatas untuk mampu memaksimalkan kepuasan. Maka dari itu diperlukanlah sistem STP (Segmentasi, Targeting dan Positioning) dalam sebuah pemasaran untuk mencapai sasaran ataupun terget yang diinginkan oleh suatu perusahaan, antara lain:

1) Segmentasi

Segmentasi adalah proses dimana pembisnis, pemasar mengkategorikan, mengklarifikasikan serta menggolongkan semua target ptensial produk yang akan dipasarkan.

2) Menetapkan Pasar Sasaran (*Targetting*)

Targetting merupakan penentuan sebuah saasaran, siapa yang akan dituju dalam memsarkan produknya

3) Menentukan Posisi Pasar (*Positioning*)

Dalam hal ini, bagaimana perusahaan menempatkan posisi di mata pelanggan jika dibandingkan dengan beberapa pesaing yang ada.

b. Aspek Teknis

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menganalisis aspek ini adalah perancangan produk, perencanaan kapasitas produksi, perencanaan proses dan fasilitas produksi, dan perencanaan lokasi bisnis (Umar, 2001). Terdapat beberapa faktor kritis dalam melakukan analisis aspek teknis yaitu :

- 1) Melakukan pemeriksaan kebutuhan bahan baku, tenaga kerja, dan fasilitas pendukung lainnya.

- 2) Menentukan penjadwalan produksi yang akan dilakukan
- 3) Menentukan jumlah optimal kapasitas produksi
- 4) Menentukan sifat produksi
- 5) Menentukan transportasi yang digunakan untuk proses operasional
- 6) Menentukan kebutuhan sumber daya manusia
- 7) Mempersiapkan teknologi yang digunakan serta persiapan jika terjadi transfer teknologi baru
- 8) Perlu adanya penelitian untuk pengembangan rencana dalam jangka panjang.

c. Aspek Finansial

Aspek keuangan merupakan suatu analisis yang membandingkan biaya dan manfaat untuk menentukan bisnis mendapatkan keuntungan atau memperhitungkan kemungkinan adanya kerugian. Dalam menentukan kelayakan tersebut terdapat metode penilaian kriteria investasi yaitu dengan menggunakan beberapa metode, antara lain:

1. Biaya modal adalah biaya riil yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperoleh dana baik yang berasal dari pinjaman (*cost of debt*) maupun modal sendiri (*cost of equity*) untuk mendanai suatu operasi perusahaan.
2. Estimasi merupakan perkiraan tentang seberapa besar kebutuhan biaya yang dibutuhkan dalam menyelesaikan suatu pekerjaan serta pendapatan yang diterima oleh perusahaan sehingga dapat memperkirakan keuangan yang ada dalam suatu perusahaan.
3. *Payback period*. Menurut Riyanto (2011: 126), *payback period* merupakan suatu waktu dimana modal dapat kembali dengan menggunakan aliran kas neto (*net cash value*). Berikut adalah rumus *payback period*:

$$PBP = (\text{Investasi Awal}) / (\text{Penerimaan Periode}) \times 1 \text{ Tahun}$$

Adapun kriteria penilaian *payback period* adalah usaha dikatakan layak apabila nilai dari *payback period* lebih kecil atau sama dengan umur investasi yang telah direncanakan di awal.

d. Analisis Risiko

Menurut Hanafi (2006:1), pengertian risiko adalah suatu bahaya, akibat atau konsekuensi yang dapat terjadi karena sebuah proses yang sedang berlangsung atau

sebuah kejadian yang akan terjadi di masa akan datang. Menurut Jorion (2010) risiko dalam perusahaan terbagi menjadi 3 (tiga), antara lain:

1) Risiko Bisnis

Risiko bisnis adalah risiko yang dihadapi perusahaan terhadap kualitas dan keunggulan produk yang akan beredar dipasar. Munculnya inovasi dibidang teknologi, desain produk, dan pemasaran, sehingga mengakibatkan adanya ketidakpastian pada berbagai aktivitas bisnis

2) Risiko Strategi

Risiko strategi adalah risiko yang dihadapi oleh perusahaan akibat adanya perubahan fundamental pada lingkungan ekonomi dan politik.

3) Risiko Keuangan

Risiko keuangan adalah risiko yang muncul karena adanya pergerakan pasar finansial yang tidak bisa diprediksi. Risiko ini berhubungan dengan kerugian yang mungkin dialami pasar finansial, misalnya kegagalan “*defaults*” dalam obligasi finansial, kerugian karena pergerakan tingkat suku bunga

C. METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada baik data internal maupun eksternal perusahaan serta data yang dapat diakses melalui internet, penelusuran dokumen atau publikasi informasi (Sekaran, 2006: 26). Dalam penelitian ini, data sekunder dengan melalui mengkaji teori dan penelitian terdahulu serta dari *website*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan aspek finansial dengan analisis kelayakan bisnis yaitu modal awal, estimasi *penghasilan* dan *Payback Period* (PP), dan analisis Risiko.

D. PEMBAHASAN dan HASIL

Pengembangan bisnis Eiffel laundry dapat ditinjau dari beberapa aspek agar bisnis itu layak untuk dijalankan dan dapat berkembang pada pangsar persaingan bisnis usaha laundry yang lainnya, untuk mengembangkan bisnis dalam perencanaan agar bisnis layak dijalankan dapat di analisis dari berbagai aspek, antara lain:

1. Ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran itu dari marketing mix dan juga STP

1) Produk (*Product*)

Produk yang ada dalam eiffel alundry terbagi menjadi 2 macam paket antara lain: jasa cuci dan pengeringan serta jasa cuci, pengeringan dan penyetricaan. Dan juga dalam usaha jasa Eiffel Laundry juga membedakan 2 macam produk kepada pelanggan seperti: Untuk jenis Pakaian yaitu berupa baju atasan dan bawahan dan pada jenis Non Pakaian, berupa: boneka kecil, boneka besar, jaket, mukenah, sarung, jeans, jas, handuk, sprei, selimut, *bed cover*, sepatu, pakaian gaun, sajadah, topi, peci, dasi, dan lain-lain yang memerlukan penanganan khusus selain jenis pakaian. Beberapa keunggulan yang dimiliki oleh Eiffel laundry, antara lain tempat yang nyaman dan strategis, harga yang terjangkau Tersedia area basah dan kering, sehingga tidak mengganggu proses pencucian, pengeringan dan setrika, mempunyai jasa antar dan jemput pakaian tersendiri, pemilihan pewangi pakaian yang berkualitas bagus dan bermutu baik, serta discount untuk pelanggan yang telah mencuci pakaiannya dalam Eiffel Laundry sebanyak 10 kali cuci

2) Harga (*Price*)

Penetapan harga yang dilakukan adalah berdasarkan 2 macam harga yaitu pada jenis pakaian itu ditentukan berdasarkan per kg dan pada jenis non pakaian ditentukan berdasarkan satuan. Berikut ini kisaran harga dalam Eiffel Laundry terbagi menjadi 3 jenis harga, yaitu: Untuk Jenis Pakaian harga paket untuk jasa cuci dan pengeringan adalah sebesar 6.000/ kg, dan harga untuk paket jasa cuci, pengeringan dan setrika adalah sebesar 7.000/kg, serta Adapun kami menyediakan harga paket laundry kiloan secara bulanan, jadi harga bisa dibayar di akhir bulan atau awal bulan dan besarnya harga tergantung pada banyaknya pakaian yang dilaundrykan, dan untuk jenis Non Pakaian sekitar Rp 20.000 sampai Rp 25.000

3) Promosi (*Promotion*)

Strategi usaha yang digunakan dalam usaha Eiffel laundry antara lain: menjalin kerjasama dengan karyawan, menjalin kerjasama dengan pembeli atau pelanggan, memiliki usaha jasa pengiriman barang cucian seluruh wilayah Jombang, menjalin kerja sama dengan beberapa pondok pesantren yang ada di Jombang, menjalin kerja sama dengan beberapa hotel yang ada di Jombang.

Eiffel Laundry menggunakan metode dalam strategi promosi yaitu dengan melakukan promosi dari mulut ke mulut (*Word Of Mouth*) selebaran atau *flyer*, banner, poster, spanduk melalui *special offers* (tawaran- tawaran spesial), jejaring

sosial berupa Instagram, Facebook, Group WA dan juga blog website sebagai media promosi untuk meningkatkan kesadaran merek bagi pelanggan.

4) Tempat (*Place*)

Eiffel Laundry berlokasi di di daerah perumahan Sambong Permai, Sambong dukuh, Jombang, Jawa Timur Indonesia.

5) Orang (*People*)

Dalam kegiatan operasionalnya Eiffel Laundry mempunyai SDM sebanyak 8 orang (termasuk pemilik usaha) yang terdiri dari 1 orang yang bagian mengawasi serta membantu keperluan yang kurang dan membeli segala kebutuhan yang dibutuhkan oleh usaha Eiffel Laundry ini, 1 tenaga operasional yang melayani kegiatan pendataan barang cucian secara manual serta pemisahan barang cucian dan 1 orang yang mengoperasikan secara sistem serta administrasi keuangan, 2 orang yang melayani pencucian, 2 orang melayani penyetrikaan dan *packaging* pakaian pelanggan yang telah selesai dicuci dan disetrika serta 1 orang tenaga kerja yang mengirim jasa antar barang cucian.

6) Proses (*Process*)

Eiffel Laundry ini terdapat beberapa proses mulai dari proses produksi, pengemasan hingga kembali kepada konsumen, dimana proses ini mengutamakan kualitas kebersihan, dan kepuasan.

7) Bukti Nyata (*Physical Efidence*)

Eiffel Laundry memiliki bukti nyata berupa kartu nama pelanggan yang digunakan untuk kemudahan konsumen dalam melakukan kegiatan laundry.

Analisis STP Usaha Eiffel Laundry

1) Segmentasi (*Segmentation*)

Segmen dari usaha ini terutama masyarakat yang ada disekitar tempat usaha dan pengembangan selanjutnya ke daerah yang potensial, jika diidentifikasi maka segmen dari usaha ini antara lain: seluruh masyarakat di wilayah jombang, orang yang menghuni perumahan di perumahan griya permai sambong jombang, pelajar/mahasiswa, para pekerja, anak pondok

2) Target (*Targetting*)

Analisis target *market* Eiffel laundry ditinjau dari aspek geografis dan demografis, anata lain:

- a. Geografis
 - a) Mahasiswa yang kuliah di Jombang
 - b) Para pekerja
 - c) Para keluarga yang sibuk dengan banyak kegiatan
 - d) Anak pondok di wilayah Jombang
- b. Demografis
 - a) Mahasiswa dan pelajar
 - b) Masyarakat Jombang
 - c) Anak pondok yang padat dengan berbagai kegiatannya.

3) *Positioning*

Posisi Eiffel laundry dalam pangsa pasar cukup kuat karena dengan visi misi “Cepat, Berkualitas, Bersih dan mengutamakan Kepuasan” sehingga para konsumen tertarik untuk menggunakan jasa cuci pada Eiffel Laundry

2. Ditinjau dari aspek teknis

1. Lokasi Jasa

Lokasi Eiffel laundry terletak di daerah perumahan Sambong Permai, Sambong dukuh, Jombang, Jawa Timur Indonesia.

2. Bahan Baku, Bahan *Packaging* dan Bahan Habis Pakai

Bahan baku dari laundry tersebut adalah sabun, pewangi dan air. Bahan baku *packaging* dari Eiffel Laundry yaitu berbahan plastik yang akan di cetak menggunakan mesin packging. Bahan habis pakai dari bisnis ini yaitu meliputi tisu, masker, sapu, sapu lidi dan tempat sampah. Adapun total biaya bahan baku sebesar Rp 575.000 yang telah ditambahkan dengan bahan packging dan bahan bakar gas dan habis pakai

3. Mesin dan Peralatan Produksi

Adapun mesin yang digunakan dalam proses operasional laundry meliputi mesin cuci, mesin pengering, setrika uap dan *packaging*. Peralatan yang digunakan untuk menunjang proses laundry seperti keranjang, ember, jepitan pakaian, alamari. Adapun biaya investasi tetap untuk seluruh kegiatan bisnis sebesar Rp 19.601.000

3. Aspek Sumber Daya Manusia

1. Waktu Kerja Efektif

Kerja operasional normal karyawan mulai dari jam 07.00 WIB sampai pukul 16.00 WIB dan dikasih waktu istirahat selama 1 jam, apabila cucian numpuk maka diberlakukan sistem kerja lembur. Buka usaha Eiffel Laundry buka mulai pukul 07.00 WIB sampai pukul 16.00 WIB (pengecualian malam langsung ditangani oleh manajer sampai pukul 19.00 WIB). Waktu efektif proses operasional laundry selama 1 tahun adalah sebagai berikut:

- a) Dalam 1 tahun terdapat 365 hari
- b) Waktu libur Eiffel Laundry pada hari Jum'at
- c) Waktu cuti untuk karyawan selama 8 hari dalam 1 tahun
- d) Libur Idul Fitri selama 10 hari
- e) Libur hari besar lainnya selama 14 hari dalam 1 tahun

Dari data di atas dapat diketahui waktu efektif kerja yaitu :

$$\begin{aligned} \text{Waktu kerja efektif} &= \text{Jumlah hari selama 1 tahun} - \text{Jumlah hari libur selama 1 tahun} \\ &= 365 - (48+8+10+14) \\ &= 285 \text{ Hari} \end{aligned}$$

2. Struktur Organisasi

Gambar 1.1 Struktur Organisasi Eiffel Laundry



Sumber: Pengolahan Data, 2019

Gambar di atas merupakan struktur organisasi Eiffel Laundry, yang mana terdapat 8 tenaga kerja yang terdiri dari 1 orang owner yang bertanggung jawab untuk memutuskan segala hal yang menyangkut perusahaan, 2 orang bagian administrasi manual dan sistem serta bagian keuangan, 2 orang karyawan mencuci yang bertanggung pada mencuci produk laundry, 2 orang karyawan setrika dan *packaging* yang bertanggung jawab dalam menyetrika produk laundry serta bertanggung jawab

dalam proses *packaging* produk laundry, dan 1 orang kurir yang bertanggung jawab dalam mengantarkan dan menjemput produk laundry.

4. Aspek Finansial

Adapun metode yang digunakan dalam melakukan penilaian terhadap kriteria kelayakan suatu investasi bisnis yang akan dijalankan yaitu dengan menggunakan beberapa cara, antara lain:

1) Modal Usaha

Usaha jasa Eiffel Laundry ini bermodal sebesar Rp 19.601.000 yang berasal dari iuran secara bersama yaitu antara 2 pemilik usaha itu sendiri.

2) Estimasi penghasilan

Satu tahun diestimasikan 12 bulan dan kalau per hari itu sebanyak 302 hari kerja. Pendapatan per hari ditargetkan Rp 500.000, sehingga pendapatan usaha jasa Eiffel Laundry ini, antara lain:

Pendapatan per hari = Rp 500.000

Pendapatan per bulan

= pendapatan per hari X banyaknya hari (dalam satu bulan)

= Rp 500.000 X 30 (hari dalam satu bulan)

= Rp 15.000.000

Pendapatan per tahun

= pendapatan per bulan X banyaknya bulan (dalam setahun)

= Rp 15.000.000 X 12

= Rp 180.000.000

Total semua biaya

= biaya kebutuhan peralatan + biaya kebutuhan perlengkapan + biaya kebutuhan bahan baku per bulan

= Rp 18.700.000 + Rp 326.000 + Rp 575.000

= Rp 19.601.000

Rata Rata keuntungan bersih dalam 1 bulan operasional

= perkiraan estimasi pendapatan – biaya operasional bulanan

= Rp 15.000.000 – Rp 13.825.000

= Rp 1.175.000

3) *Payback Period*

Jangka waktu pengembalian modal sebagai berikut:

Estimasi penghasilan per bulan sebesar Rp 15.000.000

Biaya kebutuhan peralatan Rp 18.700.000

Biaya kebutuhan perlengkapan Rp 326.000

Biaya kebutuhan bahan baku biaya Rp 575.000

Biaya pengeluaran per bulan sebesar Rp 13.825.000

Sehingga:

Payback Period

= Modal Awal : Penghasilan/bulan X 1 tahun

= Rp 19.601.000 : 15.000.000 X 1 tahun

= Rp 15.6080, atau

= 15 bulan 10 hari

Payback period yang diperoleh sebesar 15.6080 atau 15 bulan 10 hari dan bisnis dapat dikatakan layak apabila waktu PBP < waktu investasi, maka dari itu dapat dikatakan bahwa bisnis layak dijalankan dengan waktu modal kembali selama 15 bulan 10 hari

Dari hasil kriteria tersebut dapat disimpulkan bahwa bisnis yang akan dijalankan oleh Eiffel Laundry layak untuk dijalankan.

5. Analisis Risiko

Analisis risiko dilakukan untuk mengetahui potensi risiko yang akan terjadi dan cara pengelolaan terhadap risiko tersebut. Adapun langkah yang dilakukan dalam analisis risiko yaitu identifikasi risiko, pengukuran risiko dan pengelolaan risiko. Berikut merupakan hasil identifikasi dan pengelolaan risiko :

Tabel 1.1 Manajemen Risiko

Risiko Teknik	Pengolaan Risiko
Layanan kurang memuaskan	<i>Risk control</i>
Perkembangan media sosial	<i>Risk control</i>
Jumlah demand tidak sesuai produksi	<i>Risk control</i>
Mesin rusak	<i>Risk control</i>
Produk hilang	<i>Risk control</i>

Salah dalam pencatatan	<i>Risk control</i>
Kecelakaan kerja	<i>Risk control</i>
Kenaikan suku bunga	<i>Risk control</i>

Sumber : Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan hasil perhitungan risiko dihasilkan total faktor risiko yang mungkin terjadi dalam menjalankan bisnis Eiffel Laundry sebesar 11,67%. Nilai *payback period* sebesar 15.6080 (15 bulan 10 hari) (waktu *payback period* < kurang dari waktu investasi bisnis). Maka dari itu dapat dikatakan bahwa bisnis Eiffel Laundry ini layak dijalankan dengan persentase risiko sebesar 23,41%.

E. PENUTUP

Dalam analisis pasar menunjukkan memiliki respon yang positif karena dari peluang tempat pasarnya belum dibentuknya usaha laundry pada wilayah tersebut sehingga menjadi peluang yang cukup baik, ditinjau dari aspek teknis sarana dan prasarana yang disediakan mampu untuk menunjang proses produksi sehingga dapat memenuhi permintaan. Pada sumber daya manusianya Eiffel laundry telah membagi posisi-posisi yang telah disebutkan yang berfungsi untuk mengetahui batasan-batasan dalam melakukan suatu pekerjaan sesuai dengan tanggung jawab yang telah diberikan, serta pada tinjauan analisis finansial modal usaha berasal dari pendapatan penjualan sebelumnya dan tidak menggunakan uang sendiri. Dari hasil perhitungan kriteria kelayakan dengan menggunakan metode modal usaha, estimasi penghasilan serta *payback period* menunjukkan bahwa pengembangan bisnis Eiffel Laundry dengan 100% modal sendiri layak untuk dijalankan.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir dan Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis. Edisi 3*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kasmir dan Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Umar , Husein. 2001. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi Kesembilan*. Bandung: Alfabeta
- H. A. Rusdiana. 2014. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Pustaka Setia

Riyanto, Bambang. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta

Hanafi, Mamduh. 2006. *Manajemen Risiko*. Yogyakarta: UPP STIM

Jorion, Phillipe. 2010. *Manajemen Risiko*. Jakarta: Bumi Aksara

Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat

Marhaban, Hudi. 2019. *Analisis Kelayakan Usaha Laundry (Studi Kasus : Chitra Laundry Di Gagak Sipat, Ngemplak, Boyolali)*. Jurnal fakultas teknik Muhamadiyah Surakarta, hal 1-16

Nadia Utari1, Endang Chumaidiyah, Anton Abdulbasah. 2019. *Analisis Kelayakan Pengembangan Bisnis Start Up My Fresh Laundry Di Kota Solok Secara Online Dan Offline*. Vol.6, No.2 Agustus 2019 hal 5968-5978