**“RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA *LAUNDRY* *BLUE LAUNDRY”***

**Eleazar Kevin Santosa**

Mahasiswa S1 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter – Jakarta Utara

eleazarsantosa@gmail.com

**Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.**

Pembimbing

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter – Jakarta Utara

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

# ABSTRAK

**Eleazar Kevin Santosa / 74150017 / 2019 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha *Laundry, Blue Laundry* / Pembimbing : Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.**

Perusahaan *Blue Laundry* adalah perusahaan yang menyediakan jasa mencuci pakaian. Perusahan *Blue Laundry* beroperasi di bagian Jakarta Pusat dan tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan akan mengembangkan sayapnya ke seluruh Jakarta bahkan seluruh Indonesia.

Perusahaan *Blue Laundry* Memilih beroperasi di Jakarta Pusat dikarenakan adanya apartement *Sudirman Park* Yang menyediakan tempat untuk jasa *Laundry.* Dengan lingkungan yang dapat dibilang cukup ramai sehingga kehidupan sosial pun berkembang.

Yang membedakan antara perusahaan *Blue Laundry* dengan perusahaan kompetitor lainnya adalah *Blue* akan memilih apartement yang tidak memiliki balkon dan juga tidak memperbolehkan penghuninya untuk mencuci di dalam unit. Maka akan memberikan peluang bagi *Blue* untuk mendapat pelanggan.

 Bisnis ini diperkirakan membutuhkan dana sebesar Rp 380.217.000 untuk dijalankan. Dana ini kemudian akan dialokasikan ke pembelian peralatan, perlengkapan, menyewa ruko, biaya renovasi, dan kas.

Tidak menutup kemungkinan *Blue Laundry* Dapat membuka cabang di luar apartement, namun dikarenakan peluang yang sedang berkembang untuk usaha *Laundry* adalah di lingkungan apartement, maka didahulukan

Walaupun usaha *Laundry* dapat dibilang sudah dimana – mana, namun *Blue Laundry* yakin akan tetap unggul di *red ocean* ini dikarenakan peluang apartement yang disediakan. Dengan adanya penghuni yang dapat dibilang hanya bisa mencuci di perusahaan *Laundry* didalam ruang lingkup apartement.

 Dilihat dari aspek keuangan, perusahaan *Blue Laundry* dapat dikatakan layak dilihat dari *Payback Period, NPV, Profitability Index, IRR, dan BEP.* Rencanannya usaha ini akan dijalankan selama 5 tahun. Hasil perhitungan NPV dari perusahaan *Blue Laundry* adalah sebesar Rp 809.839.036,00 dengan modal disetor sebesar Rp 380.217.000

Dan dalam menyangkut sosial, dapat dibilang bahwa *Blue Laundry* membantu lingkungan sosial daripada merusaknya, dengan cara menambah lapangan pekerjaan dan membantu perekonomian.

Dan dalam menyangkut lingkungan, dapat dibilang bahwa *Blue Laundry* tidak merusak seperti perusahaan perusahaan *Laundry* lainnya, dikarenakan limbah yang dikeluarkan sama dengan limbah rumah tangga / apartement. Dan juga dari pihak apartement akan mengolah limbah itu sehingga tidak terjadi kerusakan terhadap lingkungan

 Kata kunci : *Blue* *Laundry*

# ABSTRACT

 **Eleazar Kevin Santosa / 74150017 / 2019 / *Business Plan for Business Establishment Laundry, Blue Laundry / Supervisor: Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.***

*The Blue Laundry company is a company that provides laundry services. The Blue Laundry company operates in parts of Central Jakarta and does not rule out the possibility that the company will expand its wings throughout Jakarta and even throughout Indonesia.*

*The Blue Laundry Company chooses to operate in Central Jakarta due to the Sudirman Park apartment that provides a place for Laundry services. With the environment that can be said to be quite crowded so that social life also develops.*

*What distinguishes the Blue Laundry company from other competing companies is that Blue will choose an apartment that does not have a balcony and also does not allow its occupants to wash inside the unit. Then it will provide an opportunity for Blue to get customers.*

*This business is estimated to require funds of Rp. 380,217,000 to run. These funds will then be allocated to the purchase of equipment, equipment, shop rental, renovation costs, and cash.*

*It is possible that Blue Laundry can open a branch outside the apartment, but due to the growing opportunities for the Laundry business is in an apartment environment, then take precedence*

*Although the Laundry business can be said to have been everywhere, but Blue Laundry is sure to remain superior in this red ocean due to the opportunities of apartments provided. With the occupants who can be spelled out, they can only wash in a laundry company within the apartment space.*

*Viewed from the financial aspect, the Blue Laundry company can be said to be worthy of the Payback Period, NPV, Profitability Index, IRR, and BEP.The plan for this business will be carried out for 5 years. The NPV calculation results from the Blue Laundry company amounted to Rp. 809,839,036.00 with paid-up capital of Rp. 380,217,000*

*And in social matters, it can be said that Blue Laundry helps the social environment rather than damaging it, by adding jobs and helping the economy.*

*And in dealing with the environment, it can be said that Blue Laundry is not as damaging as other Laundry companies, because the waste released is the same as household waste / apartments. And also from the apartment will process the waste so that there is no damage to the environment

Keywords: Blue Laundry*

**PENDAHULUAN**

**Konsep Bisnis**

 Ide bisnis ini berangkat dari pola gaya hidup keluarga muda yang baru memulai kehidupan bersama mereka, dimana mereka bersama berjuang dalam mencari nafkah dan membangun ekonomi keluarga, namun dikarenakan kedua pasangan itu bersama bekerja maka dapat dibilang pekerjaan rumah akan semakin tidak terpegang, bila menggunakan pembantu akan menambah biaya lagi, maka itu *Blue Laundry* membantu dalam mengisi kekosongan tersebut.

Selain itu juga dari pihak apartement juga melarang penghuni mencuci pakaian mereka di unit mereka dikarenakan akan terkesan kumuh bila dilihat dari luar, dan tempat atau *space* unit apartement dapat terbilang kecil sehingga dalam memasukan mesin cuci akan sangat sulit dan sempit, maka dari itu *Blue Laundry* juga membantu dalam mengisi kekosongan tersebut.

 Bisnis ini juga dibuat untuk memberikan lapangan pekerjaan bagi rakyat Indonesia. Diharapkan dengan penulis mendirikan usaha ini, angka pengangguran di Indonesia dapat berkurang dan tingkat perekonomian Indonesia meningkat sehingga membuat masyarakat lebih sejahtera.

.

**Visi dan Misi Perusahaan**

1. Visi : Visi dari *Blue Laundry* adalah Menjadikan perusahaan *Blue Laundry* sebagai salah satu perusahaan laundry yang terbaik di DKI Jakarta.
2. Misi :
3. Memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan berfokus pada kualitas pelayanan.
4. Menciptakan lapangan pekerjaan terutama bagi kaum wanita sehingga dapat memperoleh penghasilan yang layak.

**Peluang Bisnis**

Kebutuhan pokok manusia adalah sandang pangan papan. Sandang yang dibeli oleh masyarakat tidaklah sedikit. Data pemakaian pakaian seorang dalam sehari dapat dikatakan lebih dari 6 (luar dan dalam), dan bila dalam 1 keluarga memiliki 4 anggota keluarga, maka pakaian yang dikeluarkan dalam 1 hari sebanyak 24 jenis.

Dilihat dari demografis masyarakat, Indonesia telah memasuki jaman dimana semua ingin instan. Maka itu banyaknya masyarakat yang memilih untuk tidak mau repot dan membiarkan orang lain yang mengerjakan pekerjaan yang tidak begitu signifikan bagi pertumbuhan rumah tangga mereka. Melihat dari kondisi ini, penulis percaya bahwa *Blue Laundry* memiliki peluang bisnis yang sangat besar. Terutama jika didirikan di kota metropolitan seperti kota Jakarta.

**Kebutuhan Dana**

Sumber pendanaan *Blue Laundry* ini berasal dari uang pribadi pemilik perusahaan dan juga dana yang diberikan dari orang tua. Total kebutuhan dana *Blue Laundry* untuk satu tahun kedepan sebesar Rp 380.217.000.

**RENCANA JASA, KEBUTUHAN OPERASIONAL, DAN MANAJEMEN**

**Rencana Alur Jasa**

**Bagan 1**

**Rencana Alur Jasa**

Sumber : *Blue Laundry*

**Rencana Alur Pembelian**

**Bagan 2**

**Rencana Alur Pembelian**

Sumber : *Blue Laundry*

**Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha**

Dalam menyelesaikan pekerjaannya, tentu *Blue Laundry* dibantu dengan teknologi dan peralatan. Teknologi yang sangat mendorong kemajuan bisnis *Blue Laundry*. Berikut ini adalah teknologi yang dibutuhkan oleh *Blue Laundry.*

1. Mesin cuci baru “Speed Queen” top loading 30 KG
2. Dryer “Speed Queen” front loading 30 KG
3. Setrika Uap 120 ° Celcius

Dengan adanya ketiga teknologi utama ini, proses produksi *Blue Laundry* akan menjadi *efektif* seiring dengan keunggulan dari *Blue Laundry* yaitu layanan 1 hari selesai.

**STRATEGI BISNIS**

**Pemasaran**

*Segmentation*, *targeting*, dan *Positioning*

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi secara geografis berarti membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, pulau, provinsi, dan pemukiman. Pemilihan lokasi usaha penting dalam menunjang suatu keberhasilan perusahaan. *Blue Laundry* berlokasi di Apartement Sudirman Park, Jakarta Pusat. Lokasi tersebut dipilih dikarenakan tempat yang sesuai dengan apa yang direncanakan oleh penulis.

1. Segmentasi Demografis

Dalam segmentasi demografis, pasar dibagi berdasarkan variabel-variabel demografis seperti usia, ukuran keluarga, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, kelas sosial, dan lain lain. Pelanggan *Blue Laundry* tidak berfokus dalam jenis kelamin, dan juga tidak berfokus dalam penghasilan maupun pekerjaan, dikarenakan pelanggan *Blue Laundry* bisa datang dari berbagai macam kalangan yang tinggal di unit apartement.

1. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis berarti membagi pelanggan menjadi kelompok-kelompok tertentu berdasarkan kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian. *Blue Laundry* berfokus pada pelanggan yang mau kepraktisan dan kecepatan.

1. Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku berarti mengelompokan pelanggan pada pengetahuan, sikap, kebutuhan, atau reaksinya terhadap suatu produk dan atau jasa. Banyak pemasar percaya bahwa segmentasi ini adalah awal yang terbaik untuk membangun segmentasi pasar. *Blue Laundry* memilih target pasar yang membutuhkan jasa kecepatan dan kepraktisan.

 5. Target Pasar

Targeting adalah proses mengevaluasi keatraktifan sebuah segmen dan memilih satu atau lebih segmen untuk dimasuki. Target pasar *Blue Laundry* adalah keluarga-keluarga muda yang tinggal di unit apartement Sudirman Park.

Beberapa alternatif promosi yang dilakukan *Blue Laundry* :

1. Brosur

Brosur sangat diperlukan dalam strategi promosi *Blue,* dikarenakan brosur yang diproduksi akan diantarkan langsung ke unit penghuni. Ini bisa dilakukan saat melakukannya pengantaran maupun pengambilan baju. *Blue* akan membuat list unit-unit penghuni yang sudah mencuci dan yang belum mencuci, sehingga mempunyai target yang benar dalam memberikan brosur tersebut. Akan sangat tidak efektif bila memberikan brosur kepada unit penghuni yang sering mencuci di *Blue Laundry.*

1. Member *Loyalty*

Member *Loyalty* itu diperlukan dalam mempertahankan pembeli, namun dalam setiap member pasti diperlukannya *feedback* yang diterima oleh pelanggan. Pelanggan akan merasa malas bila member yang mereka buat ternyata tidak memberikan *benefit* terhadap dirinya, maka itu *benefit* yang *Blue* berikan terhadap pelanggan yang sudah membuat member adalah diberikan kartu member yang isinya merupakan sejarah cucian mereka, bila mereka sudah mencuci pakaian di *Blue* diatas 20 kg, maka akan mendapat free 5 kg. 20 kg itu tidak mesti sekali cuci, namun bisa didapat dari beberapa kali cucian, misalkan hari senin mencuci 10 kg, selasa 5 kg, rabu 5 kg, maka itu akan terhitung sebagai 20 kg.

1. Media Sosial

Media Sosial dapat dijadikan sebagai mitra promosi yang sangat terkenal di zaman sekarang, namun untuk *Blue Laundry*, hasil yang didapat akan sangat kecil dikarenakan ini bukan usaha luas, namun hanya usaha kecil yang berfokus dalam unit apartement saja, namun sehubung promosi media sosial yang penulis pikirkan bukan *paid promote* melainkan hanya menaruh brosur di medsos penulis, maka tidak ada ruginya.

1. *Business Card*

*Business Card* atau kartu nama bisnis berisi informasi mengenai kontak yang dapat dihubungi terkait kegiatan pemasaran perusahaan. Kartu ini bisa dibawa oleh pelanggan yang akan memberikan info tentang alamat email, alamat tempat, dan nomor telepon *Blue*

**Organisasi**

Berdasarkan Gambar di atas, struktur di atas masih merupakan struktur hierarki yang dibuat secara sederhana. Manajer sebagai pemimpin yang berada pada posisis tertinggi. Jadi, semua *staff*  memberikan laporan dan bertanggung jawab kepada manajer secara langsung.

Berikut adalah rincian kompensasi dan balas jasa karyawan *Blue Laundry*

1. Gaji pokok

Gaji pokok adalah imbalan dasar yang dibayarkan kepada pekerja menurut tingkat atau jenis pekerjaan yang besarnya ditetapkan berdasarkan kesepakatan.

1. Tunjangan Hari Raya (THR)

Tunjangan Hari Raya (THR) diberikan setiap satu tahun sekali di salah satu dari 5 hari besar agama ini, yaitu Idulfitri, Natal, Nyepi, Waisak, Imlek di setiap tahunnya sesuai dengan peraturan Menteri Tenaga Kerja Indonesia  [Permenaker No. 06 Tahun 2016](https://www.gadjian.com/blog/wp-content/uploads/2018/05/Permenaker-No.-06-Tahun-2016-tentang-Tunjangan-Hari-Raya-THR.pdf) tentang THR Keagamaan Bagi Pekerja/Buruh di Perusahaan tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaaan Bagi Pekerja di Perusahaan. Tunjangan ini diambil dari satu kali gaji pokok masing-masing karyawan.

**Keuangan**

*Blue Laundry* direncanakan buka dari jam 06.00 – 18.00, yaitu 12 jam. Dan diperkirakan bahwa dalam 1 jam akan terjadi 2 transaksi pada *weekday* lalu 4 transaksi pada *weekend*. Maka itu dalam 1 bulan pertama akan terjadi 864 transaksi. Lalu setiap bulannya akan bertambah 0.5% kecuali di bulan mei dikarenakan adanya Idul Fitri. Lebaran diperkirakan naik 2%, lalu dibulan desember diperkirakan akan turun 4 % dikarenakan banyaknya orang yang berlibur namun pada januari tahun berikutnya diperkirakan naik 6%. Ini dikarenakan pulangnya rombongan pelanggan yang berlibur dan juga bertambahnya pelanggan yang sadar akan adanya jasa *Blue Laundry.*

Dilihat dari aspek keuangan, perusahaan *Blue Laundry* dapat dikatakan layak dilihat dari *Payback Period, NPV, Profitability Index, IRR, dan BEP.* Rencanannya usaha ini akan dijalankan selama 5 tahun. Hasil perhitungan NPV dari perusahaan *Blue Laundry* adalah sebesar Rp 809.839.036,00 dengan modal disetor sebesar Rp 380.217.000

**Pengendalian Resiko**

Perusahaan *Blue Laundry* yang dapat dibilang masih menggunakan teknik konvensional dapat dibilang memiliki ancaman, dimana perusahaan yang bergantung kepada tenaga kerja bisa terancam dengan perusahaan yang menggunakan mesin sebagai pengganti tenaga kerja mereka.

Di zaman sekarang sudah mulai beberapa membuat perusahaan *Laundry Coin*, dengan proses pencucian dilakukan oleh mesin, namun lemahnya perusahaan ini adalah kurangnya pelayanan dari SDM dan juga modal yang dipersiapkan untuk satu usaha sangatlah besar dikarenakan banyaknya mesin cuci yang digunakan oleh pelanggan.

Setiap usaha yang telah didirikan pasti memiliki resiko, bahkan usaha kecil sekalipun juga memiliki suatu resiko. Cara setiap perusahaan untuk mengelola resiko tersebut berbeda-beda. Tergantung dari budaya perusahaan tersebut. Perusahaan yang tidak dapat mengelola resiko dapat dipastikan akan kalah dalam persaingan bisnis.

Usaha yang akan dilakukan oleh perusahaan *Blue Laundry* dalam menghadapi resikonya terhadap teknologi yang terus berkembang pesat ini adalah perusahaan akan terus melakukan pengawasan terhadap kinerja *Blue Laundry* sehingga dapat memberikan kepuasan pelanggan. Karena *Blue Laundry* percaya ketika konsumen telah mencapai titik kepuasan pelanggan, maka *costumer loyalty* pun pasti akan dengan mudah didapatkan. Pengawasan ini juga sebagai bukti bahwa teknik konvensional tidak kalah kinerjanya dengan teknologi.

**DAFTAR PUSTAKA**

1. **Sumber Teks**

\*D/G.David, Fred R, Forest R. David (2015), *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep*, Edisi 15, Jakarta: Salemba Empat.

\*G.Gitman, Lawrence J, Chad J. Zutter (2015), *Principal of Managerial Finance*, Edisi14e, Global Edition, Pearson Education.

\*GHeizer, Jay, Barry Tender, Chuck Munson (2017), *Operations Management Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi 12, Global Edition, Pearson Education.

\*D/GKotler, Philip, Gary Amstrong (2014), *Principles of Marketing*, Edisi 15, Global Edition, Pearson Education.

\*D.Kotler, Philip, Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15e, Global Edition, Pearson Education.

Mondy, R. Wayne, & Joseph J.Martocchio (2016), *Human Resource Management*, Edisi 14e, Global Edition, Pearson Education

\*DRobbins, Stephen P, Timothy A. Judge (2015), *Perilaku Organisasi*, Edisi 16, Jakarta: Salemba Empat.

\*Ele.Saiman, Leonardus (2014), *Kewirausahaan: Teori, Praktek, dan Kasus-Kasus*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat

\*Ele.Muhammad, Husnan (2017), *Keuangan Perusahaan : Teori, dan Kasus Kasus* , Edisi 2, Jakarta : Salemba Empat

1. **Sumber Website**

Bank Indonesia (2019), Tingkat Inflasi, diakses pada Desember 2019. <https://www.bi.go.id/id/moneter/inflasi/data/Default.aspx>

Kompas.com (2019), Geliat Ekonomi Indonesia di Kuartal I 2018, diakses pada November 2019. <https://amp.kompas.com/ekonomi/read/2019/08/06/125338926/kuartal-ii-2019-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-527-persen>

Kontan (2019), Suku Bunga Kredit Perbankan Beranjak Naik Mengikuti Bunga Deposito, diakses pada Desember 2019. <http://amp.kontan.co.id/news/suku-bunga-kredit-perbankan-beranjak-naik-mengikuti-bunga-deposito>

Listrik.org (2019), Tarif Dasar Listrik PLN 2018, diakses Desember 2019. <http://listrik.org/pln/tarif-dasar-listrik-pln/#ipt_kb_toc_1475_0>

Oke Finance (2019), BPS: Pertumbuhan Ekonomi Kuartal III-2018 Capai 5,17%, diakses pada Desember 2019. <https://economy.okezone.com/read/2019/11/05/20/1973389/bps-pertumbuhan-ekonomi-kuartal-iii-2019-capai-5-17>

Online Pajak.com (2019), Cara Daftar NPWP Online, diakses pada November 2019. <https://www.online-pajak.com/id/daftar-npwp-online-wajib-pajak-orang-pribadi> (diakses November 2019)

Keuangan Kontan.(2019) Suku Bunga Kredit Investasi, diakses pada April 2019.

https://keuangan.kontan.co.id/news/suku-bunga-kredit-diproyeksi-naik-di-kuartal-ii-2019

Tribun Jateng (2019), UMP Jakarta 2019, Perbandingan Gaji di DKI Jakarta pada 2019 dengan UMK Bogor, Tangerang, dan Bekasi, diakses pada Desember 2019. http://jateng.tribunnews.com/2018/11/23/ump-jakarta-2019-perbandingan-gaji-di-dki-jakarta-pada-2019-dengan-bogor-tangerang-dan-bekasi

Tumoutunews (2019), Jumlah Penduduk Indonesia Tahun 2019, diakses pada November 2018. <https://tumoutounews.com/jumlah-penduduk-indonesia-tahun-2019/>