
Analisis Kelayakan Pendirian Usaha Ardjuna Laundry di Padalarang Berdasarkan SWOT dan Indikator Finansial

Reta Herliyani¹, Sigit Djalu Purwoko², Eka Purwanda³

¹²³ *Program Studi Magister Manajemen Inovasi, Universitas Teknologi Digital*

E-mail: retal0524009@digitechuniversity.ac.id; sigitdjalu@digitechuniversity.ac.id; ekapurwanda@digitechuniversity.ac.id

Abstract

This research aims to determine the feasibility of establishing Ardjuna Laundry business in Padalarang, Bandung Barat. The study evaluates six main aspects: management, marketing, production, human resources, finance, and legal–environmental aspects. Using a descriptive-qualitative method with a feasibility study approach, data were collected through surveys, observation, and literature review. The results show that Ardjuna Laundry has high market potential supported by urban lifestyle trends, digital adaptation, and increased hygiene awareness after the Covid-19 pandemic. The financial analysis indicates an investment of IDR 61,000,000 sourced from personal capital, with a positive NPV, acceptable ROI, and payback period within 2 years, showing financial viability. Ardjuna Laundry is also categorized as environmentally friendly through the use of biodegradable detergents and energy-efficient machines. Therefore, the establishment of Ardjuna Laundry is declared feasible and strategically prospective for sustainable operation and expansion in the laundry service industry.

Keywords: *Feasibility Study; Business Management; Service Innovation; Laundry Business; Digitalization*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menilai kelayakan pendirian usaha Ardjuna Laundry di Padalarang, Kabupaten Bandung Barat. Studi ini mengevaluasi enam aspek utama: manajemen, pemasaran, produksi, sumber daya manusia, keuangan, serta aspek hukum dan lingkungan. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kelayakan, melalui pengumpulan data survei, observasi, dan studi pustaka. Hasil analisis menunjukkan bahwa Ardjuna Laundry memiliki potensi pasar yang tinggi, didukung oleh gaya hidup urban, adaptasi digital, serta meningkatnya kesadaran higienitas pasca-pandemi. Analisis keuangan menunjukkan investasi sebesar Rp 61.000.000 yang bersumber dari modal pribadi, dengan hasil NPV positif, ROI yang baik, serta payback period dalam 2 tahun sehingga dinyatakan layak secara finansial. Ardjuna Laundry juga memenuhi prinsip ramah lingkungan melalui penggunaan deterjen biodegradable dan mesin hemat energi. Dengan demikian, pendirian Ardjuna Laundry dinyatakan layak dan prospektif untuk dikembangkan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Studi Kelayakan; Manajemen Bisnis; Inovasi Layanan; Usaha Laundry; Digitalisasi*

1. Introduction

Pertumbuhan penduduk perkotaan dan meningkatnya mobilitas masyarakat modern telah mengubah pola hidup menjadi serba cepat, sehingga waktu untuk mengurus pekerjaan rumah tangga semakin terbatas. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan peningkatan signifikan proporsi penduduk perkotaan dan angkatan kerja produktif, yang berimplikasi pada meningkatnya permintaan terhadap layanan jasa yang efisien, termasuk jasa pencucian pakaian (laundry) sebagai solusi praktis dan modern.

Selain faktor efisiensi waktu, perubahan gaya hidup pasca pandemi Covid-19 memperkuat kesadaran masyarakat terhadap kebersihan dan higienitas. Konsumen kini tidak hanya menuntut hasil cucian bersih, tetapi juga layanan cepat, harga kompetitif, dan kemudahan akses berbasis teknologi. Tren digitalisasi memperluas preferensi masyarakat terhadap layanan berbasis aplikasi dan media sosial, sementara kesadaran lingkungan mendorong permintaan terhadap laundry yang menggunakan deterjen biodegradable dan mesin hemat energi.

Kondisi tersebut terlihat jelas di Padalarang, Kabupaten Bandung Barat, kawasan dengan pertumbuhan ekonomi pesat dan populasi mahasiswa serta pekerja muda yang tinggi. Meskipun terdapat

beberapa usaha laundry konvensional, sebagian besar belum menyediakan sistem pemesanan digital, layanan antar-jemput, ataupun layanan ekspres yang sesuai kebutuhan masyarakat urban. Celah pasar ini membuka peluang bagi pendirian Ardjuna Laundry, usaha jasa laundry modern berbasis digital yang menawarkan efisiensi, layanan cepat, harga terjangkau, dan komitmen terhadap praktik ramah lingkungan.

Melalui pendekatan berbasis inovasi dan digitalisasi, Ardjuna Laundry diharapkan mampu menjadi model usaha laundry berkelanjutan yang tidak hanya layak secara finansial, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kualitas layanan jasa, penciptaan lapangan kerja lokal, dan pengembangan UMKM berbasis teknologi di wilayah Bandung Raya.

Tujuan Penelitian ini untuk menilai kelayakan pendirian usaha Ardjuna Laundry sebagai bisnis jasa pencucian pakaian modern yang berorientasi pada efisiensi, kualitas, dan keberlanjutan. Analisis dilakukan dengan meninjau berbagai aspek yang menentukan kelayakan usaha, meliputi manajemen bisnis, pemasaran, produksi, sumber daya manusia, keuangan, lingkungan, dan aspek yuridis. Kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai potensi Ardjuna Laundry untuk tumbuh sebagai usaha jasa

modern yang adaptif terhadap perubahan gaya hidup masyarakat urban dan perkembangan teknologi digital.

Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dari Ardjuna Laundry agar dapat dirumuskan strategi bisnis yang kompetitif dan berkelanjutan. Setiap aspek dianalisis secara integratif untuk memastikan bahwa keputusan investasi dan operasional dapat memberikan manfaat ekonomi sekaligus sosial bagi masyarakat sekitar. Penelitian ini juga menilai kelayakan finansial melalui indikator seperti Net Present Value (NPV), Return on Investment (ROI), dan Payback Period untuk memastikan kelangsungan usaha dari sisi profitabilitas dan efisiensi modal.

Selain itu, penelitian ini diharapkan berkontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen bisnis dan kewirausahaan, khususnya dalam konteks inovasi layanan berbasis digital di sektor UMKM. Hasil studi kelayakan ini dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha lain dalam merancang model bisnis laundry yang terintegrasi dengan teknologi informasi, memiliki sistem manajemen yang efisien, serta memperhatikan aspek ramah lingkungan dan kepatuhan hukum. Dengan demikian, Ardjuna Laundry diharapkan dapat menjadi contoh praktik kewirausahaan inovatif yang

layak secara ekonomi dan berkelanjutan secara sosial maupun ekologis.

2. Materials and Methods

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kelayakan bisnis, yang bertujuan untuk menilai sejauh mana pendirian usaha Ardjuna Laundry layak dijalankan dari berbagai aspek manajerial, operasional, dan keuangan. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggambarkan secara mendalam kondisi aktual pasar, potensi usaha, dan kelayakan investasi berdasarkan data empiris di lapangan.

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kampung Cicau, RT02/RW02, Desa Jayamekar, Kecamatan Padalarang, Kabupaten Bandung Barat, yang merupakan kawasan dengan pertumbuhan ekonomi pesat dan tingkat mobilitas masyarakat tinggi. Lokasi ini dipilih karena memiliki konsentrasi mahasiswa, pekerja muda, dan keluarga urban yang menjadi target utama layanan Ardjuna Laundry. Kegiatan penelitian dilakukan selama empat bulan, mulai dari Mei hingga Agustus 2025, meliputi tahapan survei lapangan, pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyusunan laporan.

2.2 Jenis dan Sumber Data

Data penelitian terdiri atas :

1. Data primer, diperoleh melalui observasi langsung, wawancara semi-terstruktur, dan survei lapangan dengan calon pelanggan, pengusaha laundry lokal, serta masyarakat sekitar untuk memperoleh informasi mengenai perilaku konsumen, harga pasar, dan tingkat kebutuhan jasa laundry.
2. Data sekunder, diperoleh dari literatur ilmiah, laporan bisnis sejenis, publikasi BPS, serta referensi akademik terkait manajemen usaha kecil, inovasi layanan, dan studi kelayakan bisnis.
3. Teknik Pengumpulan Data, metode pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama :
 - a. Observasi lapangan, untuk memahami kondisi pasar, perilaku pelanggan, dan keberadaan pesaing di area Padalarang.
 - b. Wawancara mendalam, dilakukan dengan calon pelanggan dan pelaku usaha laundry guna memperoleh gambaran kebutuhan layanan, ekspektasi kualitas, serta pola konsumsi jasa laundry.
 - c. Dokumentasi dan analisis finansial, meliputi pengumpulan data investasi, peralatan, biaya operasional, serta proyeksi arus kas dan keuntungan usaha.

2.3 Teknik Analisis Data

Analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif sederhana untuk menilai kelayakan dari enam aspek utama:

1. Aspek Manajemen Bisnis, mencakup struktur organisasi, perencanaan strategis, dan sistem operasional berbasis efisiensi.
2. Aspek Pemasaran, menilai potensi pasar, segmentasi, dan strategi promosi berbasis digital.
3. Aspek Produksi, meliputi pemilihan lokasi, kapasitas layanan, serta penggunaan teknologi hemat energi.
4. Aspek Sumber Daya Manusia, menilai kebutuhan tenaga kerja, pola rekrutmen, pelatihan, dan evaluasi kinerja.
5. Aspek Keuangan, meliputi perhitungan modal investasi, laba-rugi, arus kas, Return on Investment (ROI), Net Present Value (NPV), dan Payback Period (PP).
6. Aspek Lingkungan dan Yuridis, mencakup kepatuhan terhadap izin usaha, pengelolaan limbah, dan penerapan prinsip ramah lingkungan.

2.4 Analisis SWOT

Untuk memperkuat hasil analisis, digunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) sebagai alat bantu dalam mengevaluasi

posisi kompetitif usaha dan merumuskan strategi pengembangan bisnis. Analisis ini membantu mengidentifikasi kekuatan internal Ardjuna Laundry seperti kualitas layanan dan inovasi digital, sekaligus memperhitungkan kelemahan, peluang pasar, serta potensi ancaman dari pesaing dan perubahan tren konsumen.

2.5 Validasi Data dan Triangulasi

Untuk menjaga keakuratan dan reliabilitas hasil, dilakukan triangulasi sumber dan metode dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, serta data sekunder dari literatur dan statistik resmi. Pendekatan ini memastikan bahwa hasil penelitian mencerminkan kondisi pasar secara objektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

3. Results and Discussion

3.1 Aspek Manajemen Bisnis

Ardjuna Laundry dibangun dengan struktur organisasi fungsional, mencakup posisi manajer, operator produksi, dan layanan pelanggan. Pola kepemimpinan bersifat partisipatif dengan evaluasi kinerja berbasis Key Performance Indicators (KPI) seperti kepuasan pelanggan, waktu penyelesaian layanan, dan jumlah repeat order. Strategi manajemen yang diterapkan *system cost leadership* dengan diferensiasi layanan, antara lain antar-jemput gratis,

system membership, serta penggunaan deterjen ramah lingkungan.

Kinerja manajerial dinilai adaptif karena memiliki rencana ekspansi usaha ke wilayah dengan kepadatan hunian tinggi, serta menerapkan prinsip keberlanjutan bisnis. Dalam konteks inovasi, Ardjuna Laundry juga menerapkan konsep decoupling, yakni pemisahan proses pelayanan fisik dan digital untuk meningkatkan efisiensi operasional.

Tabel 1. Struktur Organisasi

Jabatan	Tugas Utama	Jumlah
Pemilik / Manajer	Pengawasan operasional, keuangan, strategi bisnis	1
Operator Produksi	Pencucian dan pengeringan pakaian	1
Frontliner / Kurir	Layanan pelanggan, antar-jemput	1

3.2 Aspek Pemasaran

Ardjuna Laundry menargetkan segmen mahasiswa, pekerja kantoran, dan keluarga muda di kawasan Padalarang. Berdasarkan strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning), bisnis ini diposisikan sebagai layanan laundry modern yang cepat, higienis, dan mudah diakses secara digital. Penerapan marketing mix difokuskan pada:

1. Product : Layanan kiloan, satuan, ekspres, serta antar-jemput.
2. Price : Harga kompetitif dengan

- sistem diskon anggota tetap.
- Place : Lokasi dekat permukiman padat dan kampus.
 - Promotion : Strategi digital marketing melalui media sosial, WhatsApp Business, dan Google My Business.



Gambar 1. Diagram Segmentasi Pasar

3.3. Aspek Produksi

Proses produksi di Ardjuna Laundry mencakup penyortiran, pencucian, pengeringan, penyetrikaan, dan pengemasan. Seluruh proses dijalankan berdasarkan SOP yang menekankan efisiensi dan higienitas, menggunakan mesin hemat air dan energi. Selain itu, sistem labelisasi pakaian dan checklist digital digunakan untuk mencegah kesalahan dan memastikan transparansi terhadap pelanggan.

Tabel 2. Tahapan Proses Produksi

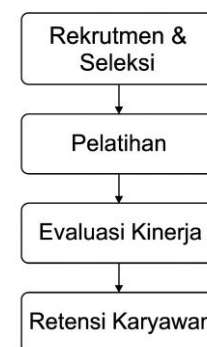
Tahapan	Kegiatan	Teknologi
Penyortiran	Pemisahan warna dan bahan pakaian	Manual & Digital

		Form
Pencucian	Mesin otomatis dengan detergen non-fosfat	Washer & Timer
Pengeringan	Mesin hemat energi	Dryer 6kg / 10kg
Penyetrikaan	Setrika uap & pelipatan	Steam Iron
Pengemasan	Plastik biodegradable	Manual

3.4 Aspek Sumber Daya Manusia

Manajemen SDM pada Ardjuna Laundry menekankan efisiensi, pelatihan, dan kesejahteraan kerja. Rekrutmen dilakukan secara langsung berdasarkan kedekatan domisili untuk meningkatkan keandalan tenaga kerja.

Skema kompensasi terdiri dari gaji pokok, insentif kinerja, dan bonus produktivitas. Evaluasi dilakukan melalui indikator pelayanan dan kepuasan pelanggan.



Gambar 2. Alur Rekrutmen dan SDM

3.5 Aspek Keuangan

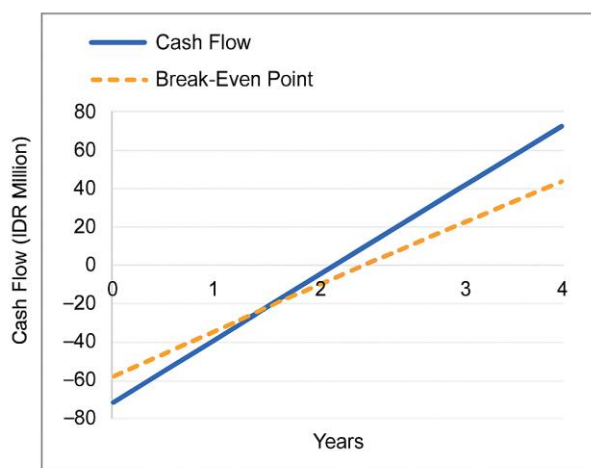
Total investasi sebesar Rp 61.000.000,

seluruhnya bersumber dari modal pribadi. Komposisi modal mencakup peralatan, renovasi tempat, dan kas awal operasional. Analisis keuangan menunjukkan hasil berikut :

1. Payback Period: 1 tahun 10 bulan.
2. ROI : 23,5%.
3. NPV : positif pada tingkat diskonto 10%.
4. Rasio profitabilitas: meningkat pada tahun kedua.

Tabel 3. Analisis Kelayakan Finansial

Indikator	Nilai	Interpretasi
Investasi Awal	Rp.61.000.000	Modal pribadi
Payback Period	1,8 tahun	Cepat
ROI	23,5%	Untung
NPV	Rp 8.500.000	Positif



Gambar 3. Proyeksi Arus Kas & Titik BEP

3.6 Aspek Lingkungan dan Yuridis

Dari sisi lingkungan, Ardjuna Laundry menerapkan penggunaan deterjen biodegradable non-fosfat, sistem pengelolaan limbah sederhana dengan filter air, dan mesin hemat energi. Dari aspek yuridis, usaha ini telah memenuhi ketentuan administrasi seperti IUMK, NPWP, dan NIB melalui OSS, sehingga secara hukum layak dan siap berkembang.

Tabel 4. Kepatuhan Legal dan Praktik Ramah Lingkungan

Aspek	Penerapan	Keterangan
Legalitas Usaha	IUMK, NPWP, NIB	Sesuai regulasi UMKM
Lingkungan	Detergen non-fosfat, pengelolaan limbah	Ramah lingkungan
Sosial	Perekrutan lokal, pelayanan komunitas	CSR mikro

3.7 Analisis SWOT dan Strategi Inovasi

Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi pengembangan Ardjuna Laundry diarahkan pada integrasi teknologi dan ekspansi layanan digital.

Tabel 5. Matriks SWOT

Internal	Strengths	Weaknesses
Operasional	Layanan cepat, antar	Modal terbatas

	jemput gratis	
SDM	Tim kecil, pelatihan intensif	Ketergantungan tenaga manual
Eksternal	Opportunities	Threats
Pasar	Gaya hidup urban, digitalisasi	Persaingan harga
Lingkungan	Tren green business	Fluktuasi biaya listrik

Strategi inovasi yang disarankan meliputi penerapan sistem order tracking online, paket berlangganan (subscription-based service), serta promosi digital berbasis customer loyalty program.

4. Conclusions

Berdasarkan hasil kajian terhadap enam aspek utama kelayakan—meliputi manajemen bisnis, pemasaran, produksi, sumber daya manusia, keuangan, lingkungan, dan yuridis—serta analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa pendirian usaha Ardjuna Laundry dinyatakan layak secara teknis, operasional, finansial, dan lingkungan.

Dari aspek manajerial, usaha ini menunjukkan kesiapan struktur organisasi yang efisien dan fleksibel dengan model kepemimpinan partisipatif serta penerapan sistem kerja berbasis evaluasi kinerja (Key Performance Indicators). Strategi bisnis mengacu pada pendekatan cost leadership dengan diferensiasi layanan, seperti adanya fasilitas antar-jemput gratis dan penggunaan detergen ramah lingkungan.

Dari aspek pemasaran, Ardjuna Laundry memiliki peluang besar untuk berkembang karena didukung oleh pertumbuhan populasi urban, meningkatnya gaya hidup higienis, dan adopsi digital di wilayah Padalarang. Strategi pemasaran digital yang memanfaatkan media sosial serta promosi lokal terbukti efektif untuk menjangkau segmen pelanggan utama, yaitu mahasiswa, pekerja kantor, dan keluarga muda.

Aspek keuangan menunjukkan kondisi usaha yang sehat dan prospektif dengan modal investasi sebesar Rp 61.000.000 yang sepenuhnya bersumber dari modal pribadi. Hasil analisis keuangan memperlihatkan Return on Investment (ROI) sebesar 23,5%, Net Present Value (NPV) positif, serta Payback Period sekitar 1 tahun 10 bulan, yang menandakan tingkat pengembalian modal yang cepat dan efisiensi finansial tinggi.

Dari sisi lingkungan dan hukum, Ardjuna Laundry telah memenuhi ketentuan perizinan seperti IUMK, NPWP, dan NIB melalui OSS, serta memperhatikan pengelolaan limbah dan penggunaan bahan ramah lingkungan. Dengan demikian, Ardjuna Laundry tidak hanya layak secara finansial, tetapi juga berpotensi menjadi model usaha laundry berkelanjutan berbasis digital dan ramah lingkungan di kawasan Bandung Barat.

References

- [1] Chesbrough, H. (2020). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard Business School Press. Retrieved from

- https://openlibrary.org/books/OL8754224M/Open_Innovation.
- [2] David, F. R. (2019). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson Education.
- [3] Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing.
- [4] Ema Marlina, dkk. (2023). Analisis tren layanan laundry di era pasca pandemi. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 8(2), 115–127.
- [5] Hailemariam, S. (2001). *Corporate Value Creation, Governance and Privatization: Proceedings of the Third Annual Conference of Restructuring and Managing Enterprises in Transition*. Ethiopia.
- [6] Hart, S. L., & Milstein, M. B. (1999). Global sustainability and the creative destruction of industries. *Sloan Management Review*, 41(1), 23–33. Retrieved from <https://sloanreview.mit.edu/article/glob-al-sustainability-and-the-creative-destruction-of-industries>.
- [7] Indrawati, dkk. (2025). Digitalisasi dan keberlanjutan pada usaha laundry UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Inovasi Bisnis*, 7(1), 88–102.
- [8] Kasmir, & Jakfar. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- [9] Putri Nazli, dkk. (2023). Inovasi strategi pemasaran pada bisnis laundry ramah lingkungan. *Jurnal Inovasi UMKM Indonesia*, 5(3), 203–215.
- [10] Ramaswamy, K., & Glinow, M. A. V. (2000). Organizational performance following changes in ownership: Modelling post-privatization outcomes. *Journal of Strategic Change*, 9(8), 297–310. Tidd, J., & Bessant, J. (2021). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change* (7th ed.). Wiley.