



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 8249-8258

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengembangan Layanan Ramah Lingkungan pada Perusahaan *Laundry IronMom* di Cirebon Jawa Barat

Shafa Khaerunnisa<sup>1✉</sup>, Siti Nursyamsiah<sup>2</sup>

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta, Indonesia

Email: [shafakhaerunnisa291@gmail.com](mailto:shafakhaerunnisa291@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Gaya hidup modern saat ini menuntut agar seseorang dapat mengatur waktunya se-efisien dan se-efektif mungkin di dalam kehidupan sehari – hari. Perubahan ini menuntut untuk menjadi hidup lebih praktis dan lebih cepat. Perubahan ini menyebabkan kebutuhan pribadi yang di tuntut menjadi lebih praktis, misalnya dalam mencuci pakaian dan menyetrika. Dengan tuntutan gaya hidup yang menjadi praktis dan lebih cepat berkembanglah jasa – jasa yang menawarkan kemudahan dalam mencuci dan menyetrika pakaian atau yang disebut jasa *laundry*. Lebih spesifik pada implementasi *laundry* ramah lingkungan. Implementasi *laundry* ramah lingkungan diciptakan untuk mengurangi permasalahan pencemaran air. Tugas akhir bisnis *laundry* ramah lingkungan dijalankan salah satunya untuk memecahkan permasalahan tersebut. Tugas akhir tersebut didasarkan pada penilaian aspek studi kelayakan meliputi aspek manajemen operasi, aspek manajemen pemasaran, aspek manajemen SDM, aspek manajemen keuangan.

Kata kunci : *Aspek manajemen, Laundry, Ramah Lingkungan*

## Abstract

Today's modern lifestyle demands that a person can manage his time as efficiently and effectively as possible in everyday life. These changes demand to be more practical and faster life. This change causes personal needs demanded to be more practical, for example in washing clothes and ironing. With the demands of a lifestyle that is becoming more practical and faster, services are developing that offer convenience in washing and ironing clothes or what is called laundry services. More specifically on the implementation of eco-friendly laundry. Implementation of environmentally friendly laundry was created to reduce the problem of water pollution. The final project of an environmentally friendly laundry business is carried out one way to solve this problem. The final assignment is based on the assessment of feasibility study aspects including operations management aspects, marketing management aspects, HR management aspects, financial management aspects.

*Keywords: Aspects of Management, Laundry, Environmentally Friendly*

## PENDAHULUAN

Bidang operasional/produksi merupakan kunci yang dibutuhkan dalam organisasi untuk menjalankan serangkaian aktivitas produksi. Tujuan akhir dari bidang operasional adalah competitive advantage, yaitu suatu hal yang menjadi barang/jasa menjadi lebih unggul dari semua pilihan yang ada. Salah satu jenis competitive advantage adalah differentiation yang merupakan karakteristik pembeda dari apa yang ditawarkan pesaing, salah satunya perusahaan yang mengangkat isu tentang ramah lingkungan (Komunikasi & Telkom, 2014).

Setiap organisasi bisnis bersekala besar maupun kecil pasti memiliki dampak lingkungan yang kian terasa berupa kerusakan lingkungan sehingga mengancam manusia dan keturunannya. Perusahaan yang menyediakan barang dan jasa ikut bertanggung jawab atas masalah lingkungan. Kerusakan lingkungan menjadi salah satu masalah krusial yang harus mendapat perhatian, (Pratiwi, 2020). Salah satu cara mengantisipasi kerusakan ekosistem yang perlu dilakukan, yaitu menerapkan perilaku ramah lingkungan, (Oprasmani et al., 2020)

Pada saat yang sama, kewirausahaan telah dicatat sebagai solusi untuk masalah lingkungan. Ketidakpastian isu lingkungan juga memberi ruang bagi peluang yang bisa dimanfaatkan pengusaha. Ada ruang untuk kewirausahaan berdasarkan inovasi yang berkelanjutan, (Yani, 2019). Kewirausahaan dapat menciptakan alternatif ramah lingkungan yang mengarah pada penghancuran kreatif industri yang ada saat ini berkontribusi terhadap degradasi lingkungan. Oleh karena itu, kewirausahaan dapat menjadi solusi untuk tantangan yang kita hadapi dan memiliki potensi untuk membayangkan dan menciptakan masa depan alternatif, (Joachim Rosenlund 2021).

Salah satu usaha yang menyebabkan dampak negatif pada lingkungan yaitu penggunaan detergen konvensional dalam industri *laundry* kiloan. Rata-rata konsumsi

penggunaan detergen tiap rumah tangga sebesar 50 gram/hari. Dalam setahun terdapat 720 ton detergen yang digunakan dan berakhir menjadi limbah cair (Dwi Sasetyaningtyas 2018). Pemakaian deterjen semakin lama semakin meningkat sejalan dengan laju pertumbuhan penduduk setiap tahun, artinya semakin meningkat pendapatan masyarakat maka konsumsi deterjen juga meningkat. Dampak yang ditimbulkan bila air buangan yang mengandung deterjen berlebihan adalah terjadinya pencemaran dan mengganggu ekosistem biota yang terdapat di perairan, (Jurnal Teknik Kimia USU 2015).

Beberapa bahaya yang ditimbulkan oleh penggunaan detergen konvensional mengandung senyawa turunan bumi, detergen konvensional terbuat dari senyawa kimia seperti builder, pewangi buatan, dan bahan yang paling berbahaya adalah surfaktan. Surfaktan merupakan senyawa yang berasal dari sumber daya yang tidak dapat diperbaharui, beracun, dan berbahaya bagi lingkungan. Bahaya detergen memicu eutrofikasi dan pencemaran air, senyawa surfaktan berupa phosphate menyebabkan pencemaran air terbesar, (Machdie & Thamrin, 2021). Eutrofikasi adalah kondisi dimana pesatnya pertumbuhan eceng gondok dan ganggang.

Menyadari hal tersebut, maka saat ini berkembanglah sebuah penerapan penggunaan deterjen ramah lingkungan pada laundry kiloan. Penerapan inovasi *green* diharapkan tidak hanya memberikan keuntungan besar bagi pelakunya, namun juga memberikan kebermanfaatn bagi lingkungan sekitar

## PROFIL BISNIS DAN MODEL PENGEMBANGANNYA

### Profil Bisnis



Gambar 1 Logo perusahaan

IronMom merupakan sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang jasa cuci pakaian, sprei, *bed cover* dan setrika pakaian. IronMom telah berdiri sejak 2017 berawal membuka usaha di gang kecil dan belum memiliki karyawan tetap tetapi sekarang mampu untuk membuka toko di pinggir jalan raya dan memiliki dua orang karyawan tetap. Tempat pelaku usaha merupakan tempat yang sangat strategis karena terdapat rumah - rumah warga, kos - kosan dan *guest house* di sekitar toko. Target perusahaan merupakan

penduduk sekitar terdiri dari anak kos karyawan maupun anak sekolah, dan ibu rumah tangga.

Melihat maraknya bisnis di industri *laundry*, di daerah usaha tidak luput dari pesaing. Terdapat dua pesaing di arah timur yaitu Erhas *Laundry* dengan DJ *Laundry*, masing - masing memiliki keunggulannya seperti contoh Erhas *Laundry* menawarkan gratis antar jemput sedangkan DJ *Laundry* menawarkan jam operasional lebih lama. Untuk itu bisnis *laundry* ini ingin memberikan keunggulan yang berbeda sehingga menciptakan pasar baru. Memberikan inovasi pada deterjen, deterjen yang selama ini pelaku usaha gunakan yaitu deterjen yang biasa dijual seperti Rinso, Daya, atau Attack tetapi hal berbeda kami ingin memberikan sentuhan berbeda yaitu menggunakan deterjen ramah lingkungan.

### Model Bisnis

Memiliki bisnis yang sukses merupakan impian setiap manusia, dengan begitu penting bagi pengusaha merancang bisnis sebaik mungkin. Salah satu cara menggunakan bisnis model kanvas. Model canvas dirancang bagaimana strategi bisnis akan dijalankan terdapat sembilan aspek yang merupakan faktor - faktor penunjang kesuksesan bisnis.

Seperti perusahaan lainnya IronMon juga menggunakan cara model bisnis kanvas agar bisnis yang dijalankan menjadi sukses. Terdapat sembilan aspek bisnis model kanvas berikut.

Tabel 1 *Business Model Canvas*

<i>Key Partner</i>	Pemasok bahan baku, karyawan, konsumen
<i>Key Activities</i>	Kartu kontrol, pemisahan baju putih dengan baju ber warna
<i>Value Proposition</i>	<i>Laundry</i> kilat dan jasa setrika saja dan penggunaan deterjen ramah lingkungan
<i>Customer Relation</i>	Penggunaan deterjen ramah lingkungan dan paket menarik untuk pelanggan
<i>Customer segment</i>	Masyarakat ekonomi menengah dengan usia 16 tahun remaja, karyawan, ibu rumah tangga, tamu get house, dan konsumen peduli terhadap lingkungan
<i>Key Resources</i>	Karyawan, bahan baku, dan modal

<i>Channels</i>	Pembagian brosur, iklan di <i>Instagram</i> dan <i>Whatsapp</i>
<i>Cost Structure</i>	Biaya sewa, biaya listrik, biaya promosi, biaya pembelian bahan baku
<i>Revenue stream</i>	<i>Laundry</i> reguler, kilat, jasa setrika saja, <i>laundry</i> seprei dan selimut

### *Key Partners*

Dalam dunia bisnis membutuhkan *partner* kerja yang mendukung berjalannya usaha. *Key partners* yang masuk dalam bisnis *laundry* adalah pemasok bahan baku yang dibutuhkan dalam proses *laundry* seperti detergen ramah lingkungan, pewangi, plastik kemasan dan lain – lain. Dan dalam melakukan proses *laundry* dibutuhkan juga karyawan yang bekerja teliti dan rapi agar jasa yang dihasilkan memuaskan konsumen.

Suatu usaha juga butuh di promosikan agar konsumen mengenal atau mengetahui jasa apa yang di tawarkan, salah satu *key partners* yang termasuk dalam hal ini adalah jasa *marketing* pembuatan banner, pengiklanan di media sosial dan lain – lain.

### *Key Activities*

*Key activities* merupakan aktifitas – aktifitas yang dilakukan untuk mencapai *value proposition* seperti aktivitas bisnis apa yang membuat konsumen puas, apakah ada tenaga ahli dalam menjalankan bisnis ini.

*Key activities* yang terdapat pada bisnis *laundry* IronMom yaitu selalu melakukan pencatatan kartu kontrol atau mencatat berapa potong baju setiap pelanggan menaruh pakaiannya, ini dilakukan agar meminimalisir kehilangan pakaian, lalu ketika terdapat pakaian putih akan di pisah dengan pakaian berwarna.

### *Value Proposition*

*Value proposition* adalah nilai jual produk atau jasa sehingga konsumen memilih perusahaan anda daripada kompetitor. Konsumen benar – benar membutuhkan dan memastikan apakah perusahaan tersebut bisa menjual solusi atas permasalahan yang konsumen punya.

IronMom Laundry memiliki pilihan layanan seperti laundry reguler, laundry kilat, setrika saja, dan sebagai solusi dari kerusakan lingkungan yang disebabkan pencemaran air, IronMom laundry memiliki layanan baru yaitu layanan *laundry* ramah lingkungan. Dengan

menggunakan detergen ramah lingkungan yang diharapkan bisa mengurangi pencemaran air karena deterjen konvensional.

### *Customer Relationship*

Customer relationship merupakan cara bagaimana perusahaan berinteraksi dengan konsumen maupun calon konsumen. Seperti halnya layanan ramah lingkungan pada perusahaan Laundry IronMom, layanan tersebut dibutuhkan edukasi kepada konsumen mengenai pencemaran air karena deterjen konvensional.

Edukasi tersebut dibuat untuk menarik pelanggan yang hendak atau tertarik kepada layanan laundry ramah lingkungan. Setelah itu perusahaan mengadakan promosi terhadap konsumen yang tertarik terhadap layanan tersebut.

Dikarenakan bertema layanan ramah lingkungan, perusahaan bisa menambah instrumen promosi dengan promo mendapatkan tas *laundry* untuk pelanggan layanan ramah lingkungan.

### *Channels*

Channels merupakan tempat dimana pertemuan antara informasi tentang produk atau jasa yang perusahaan miliki dengan konsumen. Seperti halnya bisnis *Laundry IronMom* memiliki target pasar yaitu warga sekitar tempat usaha berada.

Untuk mencapai bagaimana jasa *Laundry IronMom* di ketahui warga sekitar dengan cara pembagian brosur di sekitar perumahan, kos - kosan, dan *guest house* dan untuk mencapai konsumen di luar warga sekitar perusahaan berada dengan menggunakan *channels* mengiklankan informasi jasa di *Instagram* dan *Whatsapp*.

### *Customer Segments*

Target konsumen bisa dibagi menjadi berbagai segmen, yang dipilih oleh perusahaan adalah penduduk sekitar toko yang berkecukupan menengah dengan rentan usia mulai dari usia 16 tahun (remaja), karyawan aktif, ibu rumah tangga, tamu *guest house* sekitar, dan konsumen yang peduli terhadap lingkungan.

### *Key Resources*

Kunci dari operasional suatu usaha yaitu sumber daya yang tepat karena sumber daya adalah aset yang dimiliki perusahaan untuk mendukung aktivitas perusahaan. *Laundry IronMom* memiliki beberapa sumber daya untuk mendukung aktivitas perusahaan seperti, yang pertama karyawan yang teliti, rapi, dan pengerjaan cepat. Kedua pemasok bahan baku seperti deterjen dan pewangi *laundry* yang menawarkan harga menarik dan kualitas baik. Ketiga peralatan setrika uap, mesin cuci, dan pengering dalam keadaan prima tidak rusak. Yang terakhir adalah modal yang cukup untuk operasional *laundry*.

### *Cost Structure*

*Cost structure* merupakan skema keuangan yang membiayai operasional perusahaan. Mulai dari modal yang di butuhkan sebesar Rp. 20.000.000. untuk pembelian peralatan dan uang kas. Lalu rata – rata pengeluaran Laundry IronMom dari mulai beban sewa, beban iklan, hingga pembelian bahan habis pakai sekitar Rp. 2.300.000. Selanjutnya penentuan harga jasa yang kami tawarkan berdasarkan harga pasaran dimana berkisarRp. 4.000 hingga Rp. 8.000 per kilogram.

### *Revenue Stream*

Setiap perusahaan memiliki sumber pendapatan dari berbagai sumber layaknya penjualan, pembagian deviden, atau lain sebagainya. IronMom Laundry hanya melayani jasa *laundry* reguler, *laundry* kilat, *laundry* ramah lingkungan dan jasa setrika saja tetapi IronMom Laundry juga mendapatkan menambahkan modal dari pendapatan setiap tahunnya.

Memiliki modal dari kedua pemilik yaitu masing – masing 10 juta dengan setiap pendapatan perbulannya sebagian menjadi pendapatan penanam modal dan sebagian untuk menjadi kas operasional perusahaan (penambahan modal).

## PELAKSANAAN BISNIS

Bisnis *Laundry* IronMom penyediaan jasa cuci dan setrika pakaian setiap hari melakukan kegiatan produksi mulai dari pembelian bahan baku, cara penggunaan alat dan bahan, kualitas bahan baku, proses penggunaan alat, dan tata letak tempat produksi. Semuanya terangkum dalam tinjauan aspek operasi berikut

Dimulai dari pembelian bahan baku, seperti gas elpiji bisnis memiliki supplier yang akan datang jika di hubungi, pembelian deterjen bermerek So Klin cair yang dapat dibeli di toko retail bernama Toko Anugrah, perusahaan membeli tiga hingga empat karton deterjen untuk pemakaian 500 kg hingga 600 kg pakaian. Satu kardus terdapat 130 sachet yang berarti satu kardus terdapat 5 liter deterjen dan harganya Rp. 55.000 per kardus. Selanjutnya pembelian deterjen ramah lingkungan yang bertekstur bubuk dapat dibeli di toko online, melalui *e-commerce* Shopee pelaku usaha membeli satu bungkus diterjen ramah lingkungan seharga Rp. 40.000 per 500 gram untuk pemakaian 20 Kg pakaian.

Untuk pewangi pakaian pembelian dengan harga Rp. 145.000 per 5 liter dibeli di tempat rekan usaha *laundry* bernama Zara *Laundry*. Pembelian plastik kemasan dan plastik putih (kresek) di Toko Lily, seperti biasa pembelian plastik kemasan bening dengan ukuran yang berbeda - beda 35 x 50, 50 x 70, 40 x 60, dan untuk plastik putih dengan ukuran 50, 40, 35. Rincian penggunaan rata – rata selama implementasi bisnis bahan baku, jumlah, dan harga tertera di tabel berikut.

Tabel 2 Rincian penggunaan bahan baku dalam satu bulan

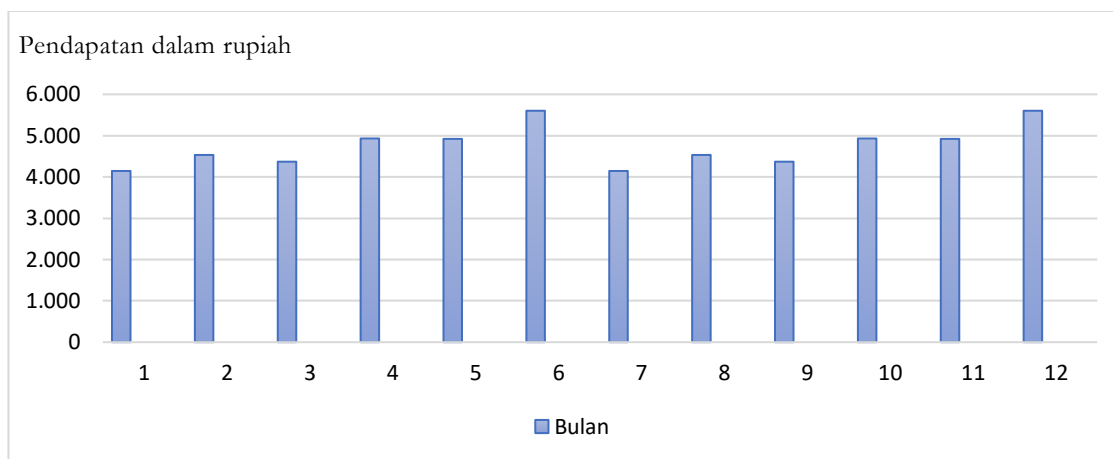
Bahan Baku	Penggunaan per satu bulan	Harga
Deterjen merek So Klin	3 karton	Rp. 165.000
Pewangi	5 liter	Rp. 145.00
Plastik kemasan	7 kg	Rp. 210.000
Deterjen ramah lingkungan	500 gr	Rp. 40.000
Gas elpiji 3kg	4 tabung	Rp. 100.000
Token listrik	-	Rp. 150.000

Penggunaan deterjen ramah lingkungan ini sedikit mendapatkan masalah di bagian teksturnya. Pelaku usaha terbiasa menggunakan deterjen bertekstur cair, jadi ketika menggunakan diterjen ramah lingkungan bertekstur bubuk mengalami sedikit kendala seperti tidak mudah larut dalam air, bubuk deterjen ramah lingkungan tidak larut dalam air dan akan menempel di pakaian dan bubuk akan terlihat jika menempel di pakaian yang berwarna gelap.

Pelaku usaha melakukan uji coba untuk menyelesaikan masalah tersebut dengan membuat deterjen ramah lingkungan menjadi cair dengan melarutkannya dulu sebelum dimasukkan kedalam mesin cuci dengan perbandingan 2 : 1 , untuk yang dua bagian tersebut air dan satu bagian adalah deterjen ramah lingkungan bubuk.

#### Pendapatan

Berikut pencapaian pendapatan jasa dari bulan pertama September 2022 implementasi bisnis inovasi, pendapatan di bulan pertama sebesar Rp. 4.145.000 karna di awal implementasi bisnis inovasi gencar dalam promosi makan target terlampaui. Bulan ketiga implementasi bisnis inovasi terdapat penurunan pendapatan sebesar 3% dengan pendapatan bulan november Rp. 4.370.000 dari bulan sebelumnya Rp. 4.533.000, kemungkinan iklan kurang gencar di bulan tersebut sehingga berdampak pada pendapatan. Setiap bulan memang terkadang target terlampaui terkadang juga target tidak terpenuhi.



## SIMPULAN

### Kesimpulan

Untuk mengetahui sebuah bisnis dijalankan khususnya di bidang *laundry* ramah lingkungan ternyata terdapat permasalahan yang muncul ketika bisnis ini berlangsung dengan mengetahui aspek - aspek manajemen dalam menunjang keberhasilan bisnis yaitu, manajemen operasi, manajemen pemasaran, manajemen SDM, dan manajemen keuangan.

Dalam implementasi bisnis pelaku usaha menyadari bahwasannya penulisan perencanaan bisnis kurang matang seperti pelaku usaha belum melakukan survey bahan baku deterjen ramah lingkungan dan penggunaan jasa iklan di salah satu akun instagram. Pelaku usaha hanya melakukan survey deterjen ramah lingkungan dengan melihat informasi yang tertera pada kemasan, belum melakukan uji coba langsung dalam praktek. Pelaku usaha ketika ingin mengiklankan usahanya pada salah satu akun instagram belum mengetahui sistematika *paid promote* seperti apa yang ditawarkan oleh akun tersebut.

Kurangnya minat pelanggan terhadap layanan tersebut karena layanan tersebut tergolong masih asing di kota Cirebon dan perusahaan hanya fokus pada layanan baru tetapi lupa untuk mencari pasar baru konsumen juga butuh untuk diberi edukasi seperti mencari tahu apa sebab dan akibat dari pencemaran lingkungan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andianti, P. W., Fisika, P., Jember, U., Fisika, P., & Jember, U. (2021). Strategi pengelolaan sumber butung sebagai objek wisata dalam mengatasi polusi air daerah tempeh kabupaten lumajang. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, 3(2).
- Gabriella, D. A., & Sugiarto, A. (2020). Kesadaran dan perilaku ramah lingkungan mahasiswa di kampus. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 9(2), 260–275.

- Komunikasi, F., & Telkom, U. (2014). KEBERHASILAN HOTEL BERWAWASAN RAMAH LINGKUNGAN DI ASIA-PASIFIK : FAKTOR PENDORONG APAKAH YANG DOMINAN ? *Jurnal Siasat Bisnis*, 18(1).
- Machdie, M. E., & Thamrin, G. A. R. (2021). Pelatihan Pembuatan Eco-Friendly Detergen Daun Balik Angin ( *Alphitonia Excelsa* ) pada Kelompok Ibu-ibu di Desa Mandi Angin Training on Preparation of Eco-Friendly Detergent Leaves Balik Angin ( *Alphitonia Excelsa* ) for Mothers Group in Mandi Angin Villag. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3).
- Oprasmani, E., Amelia, T., & Muhartati, E. (2020). Membangun Masyarakat Peduli Lingkungan Pesisir Melalui Edukasi Kepada Masyarakat Kota Tanjungpinang Terkait Pelestarian Daerah Pesisir. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2).
- Tyas, E. A., Hutabarat, S., & Churun, A. (2017). STRUKTUR KOMUNITAS PLANKTON PADA PERAIRAN YANG DITUMBUHI ECENG GONDOK SEBAGAI BIOINDIKATOR KUALITAS PERAIRAN DI DANAU RAWA PENING, SEMARANG. 6(12), 111–119.
- Yani, A. (2019). Model Pendidikan Karakter dan Kewirausahaan Berbasis Etnopedagogis di Sekolah Dasar Kampung Cikondang. *Jurnal Mimbar*, 31(2), 399–408.