

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Gaya hidup di kota besar seperti Bandung, khususnya di daerah Ciumbuleuit, dimana tingkat sosial ekonomi penduduknya berada di kelas menengah ke atas, semakin mengutamakan efisiensi waktu dan kenyamanan. Hal ini mendorong berkembangnya berbagai usaha jasa, salah satunya adalah jasa *laundry*. Usaha ini sekarang menjadi solusi penting bagi warga kota yang memiliki mobilitas tinggi dan tidak memiliki cukup waktu untuk mencuci dan merawat pakaian secara mandiri.

Bandung sebagai kota besar yang juga menjadi pusat pendidikan, bisnis, dan pariwisata memiliki ritme hidup yang cepat. Aktivitas masyarakat yang cukup padat, seperti belajar, bekerja di kantor, atau menjalankan usaha, membuat kebutuhan akan jasa *laundry* semakin meningkat. Kebutuhan ini terasa lebih nyata di kalangan penduduk apartemen, karena mereka umumnya memiliki ruang yang terbatas untuk mencuci pakaian sendiri.

Apartemen Parahyangan Residence adalah salah satu tempat tinggal yang memiliki peluang besar untuk berkembang dalam usaha laundry. Lokasinya terletak di area strategis Ciumbuleuit, Bandung. Apartemen ini dekat dengan berbagai kampus terkenal, seperti Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR) Para penghuninya beragam, mulai dari mahasiswa, pekerja profesional, pengusaha,

hingga keluarga muda. Sebagian besar dari mereka memiliki jadwal yang sibuk dan lebih mengutamakan layanan yang praktis.

Karakteristik penghuni apartemen menciptakan peluang bisnis yang baik untuk usaha *laundry*. Layanan *laundry* di area apartemen tidak hanya memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga menjadi fasilitas yang mendukung kenyamanan hidup penghuni. Beberapa faktor seperti kemudahan akses, kecepatan pelayanan, hasil cuci yang bagus, harga yang terjangkau, dan kebersihan menjadi hal penting dalam menarik serta mempertahankan pelanggan.

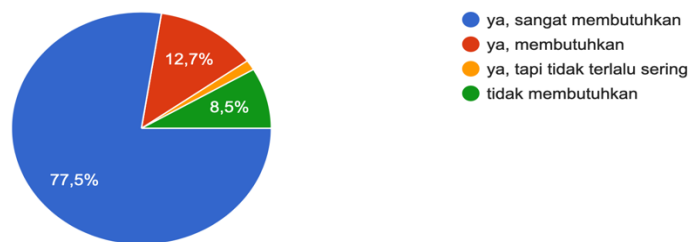
*Alba Laundry*, yang akan beroperasi di Parahyangan Residence, hadir untuk menjawab kebutuhan tersebut dengan konsep layanan yang berkualitas, cepat, dan nyaman. Usaha ini menyediakan layanan cuci dan setrika dengan menggunakan teknologi modern seperti mesin cuci hemat energi, deterjen ramah lingkungan, serta sistem pesanan berbasis digital. Selain itu, layanan pengambilan dan pengantaran (*pick-up & delivery*) juga akan diberikan sebagai tambahan nilai, sehingga pelanggan tidak perlu menghabiskan waktu untuk mengantarkan pakaian ke tempat laundry.

Potensi pasar yang besar ini sesuai dengan kebiasaan masyarakat perkotaan yang semakin sering menggunakan jasa berbasis layanan. Namun, di tengah ketatnya persaingan usaha *laundry*, diperlukan strategi yang berbeda, mulai dari mutu layanan, inovasi produk, hingga cara pemasaran yang tepat. Perencanaan yang baik dan konsistensi dalam menjaga kualitas akan menentukan keberhasilan usaha di masa depan.

Dengan kondisi tersebut, bisnis *laundry* di area Apartemen Parahyangan Residence, Ciumbuleuit, Bandung memiliki peluang berkembang positif dan berkelanjutan. Keberadaan *Alba Laundry* diharapkan tidak hanya memberikan solusi praktis dan terpercaya bagi penghuni apartemen, tetapi juga mampu bersaing dalam industri *laundry* Kota Bandung memberikan manfaat lebih bagi pelanggan dan lingkungan sekitar.

**Gambar 1. 1 Kebutuhan Pasar Alba Laundry**

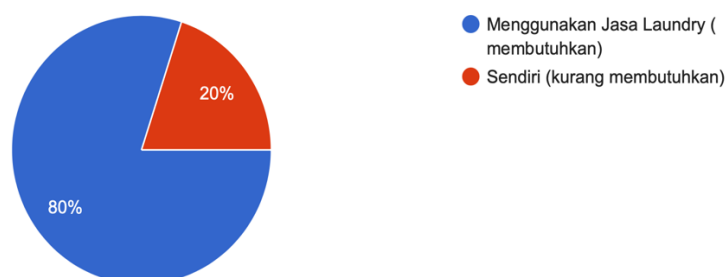
Apakah Anda merasa membutuhkan layanan laundry di area tempat tinggal Anda saat ini?"  
71 jawaban



Sumber : Olahan Penulis, 2025

**Gambar 1. 2 Data Pasar Alba Laundry**

Apakah anda lebih memilih mencuci pakaian sendiri atau menggunakan jasa Laundry?  
85 jawaban



Sumber : Olahan Penulis, 2025

## B. Gambaran Umum Bisnis

### 1. Deskripsi Bisnis

*Alba Laundry* adalah usaha jasa cuci dan setrika yang berada di area strategis, yaitu Apartemen Parahyangan Residence, Ciumbuleuit, Bandung. Bisnis ini hadir untuk menyediakan solusi yang praktis dan cepat bagi para penghuni apartemen yang sibuk, memiliki ruang terbatas, dan menginginkan layanan berkualitas. Kami juga menyediakan beberapa pilihan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, seperti *Regular Service*, *One Day Service*, *Sameday Service*, *Express Service*, serta layanan tambahan berupa antar-jemput pakaian yang memudahkan pelanggan untuk menggunakan jasa laundry tanpa harus keluar dari unit apartemen.

*Alba Laundry* ingin menjadi penyedia jasa cucian yang bisa dipercaya dan berada di depan lainnya di Kota Bandung, terutama di area Ciumbuleuit. Tujuan kami adalah memberikan pelayanan terbaik dengan terus berinovasi, menjaga kualitas hasil cucian yang tetap terjaga, serta memudahkan akses bagi para pelanggan. Kami juga menyediakan layanan digital seperti *WhatsApp* dan media sosial lainnya untuk mempermudah komunikasi. **Alexander Osterwalder** mengenalkan alat bernama Business Model Canvas (BMC) yang digunakan untuk merancang dan menganalisis cara kerja bisnis.

Menurutnya, kesuksesan sebuah bisnis tidak hanya bergantung pada kualitas produk atau jasa yang ditawarkan, tetapi juga tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan pelanggan, memberikan nilai yang sesuai, memilih jalur distribusi yang tepat, menjaga hubungan baik dengan pelanggan,

serta mengelola sumber daya, aktivitas, mitra, pendapatan, dan biaya secara terpadu.

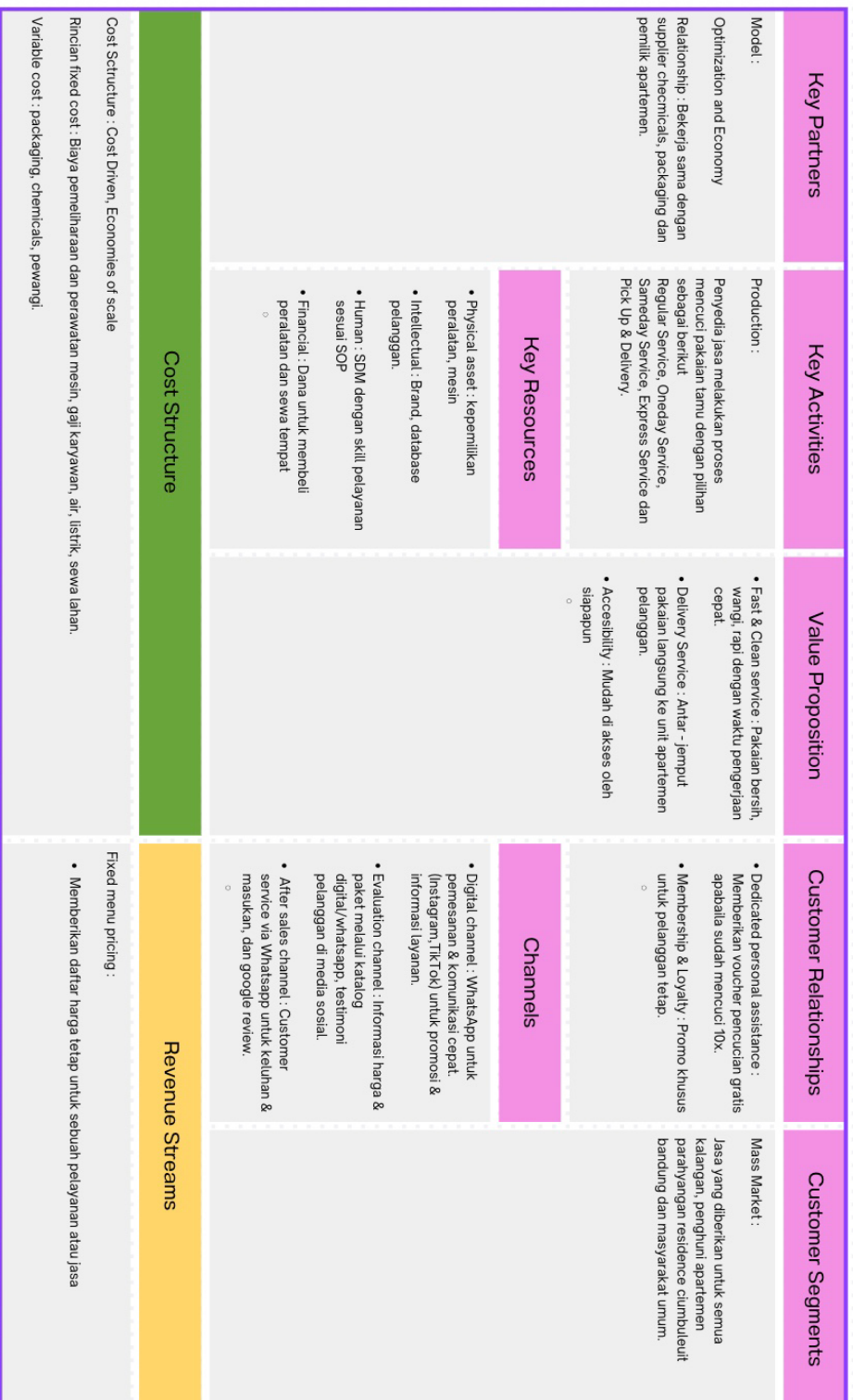
BMC terdiri dari sembilan bagian utama, yaitu segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra utama, dan struktur biaya. Kesembilan elemen ini memperlihatkan secara jelas bagaimana bisnis menciptakan nilai, mengirimkan nilai tersebut kepada pelanggan, serta menerima nilai dalam bentuk pendapatan.

Berdasarkan teori **Alexander Osterwalder**, dapat disimpulkan bahwa Business Model Canvas memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi bisnis *Alba Laundry* di Apartemen Parahyangan Residence Ciumbuleuit Bandung.

Dengan menggunakan BMC, *Alba Laundry* bisa mengenali peluang pasar, tahu kebutuhan pelanggan, dan membuat rencana strategi untuk memberikan layanan yang lebih bermakna. Jika diterapkan dengan benar, hal ini akan membantu *Alba Laundry* meningkatkan kemampuan bersaing, memperkuat kepercayaan pelanggan, serta menjaga bisnis tetap berjalan lancar dalam jangka waktu yang panjang.

**Nama Bisnis dan Merek Produk :** Business Model Canvas *Alba Laundry*  
**Deskripsi Problem :** kurangnya pemahaman tentang cara merawat pakaian menyebabkan kualitasnya menjadi berkurang  
**Deskripsi Bisnis Solusi** yang ditawarkan : *Alba Laundry* menyediakan jasa mencuci pakaian dengan teknik yang profesional dan layanan *Pick Up & Delivery* serta panduan perawatan untuk menjaga pakaian tetap terawat dan tahan lama.

**Gambar 1. 3 Business Model Canvas**



Sumber : Olahan Penulis, 2025

## 2. Deskripsi Logo dan Nama

Menurut ahli manajemen jasa, **Kotler & Keller (2016)**, usaha jasa yang sukses harus mampu memberikan nilai tambah yang nyata bagi konsumen melalui kecepatan, kualitas, dan kemudahan akses.

**Gambar 1. 4 Logo Alba Laundry**



Sumber : Olahan Penulis, 2025

Logo *Alba Laundry* dirancang dengan konsep simple, bersih, dan elegan mencerminkan nilai-nilai utama bisnis: kebersihan, ketelitian, dan kenyamanan.

1. Bentuk Utama Lingkaran tipis yang melambangkan kesempurnaan dan kesinambungan layanan.
2. Ikon Simbol tetesan air dan gelembung sabun sebagai representasi proses pencucian yang bersih dan higienis.
3. Warna Biru Melambangkan kebersihan, kesegaran, dan ketenangan.
4. Warna Putih Melambangkan kesucian, kerapian, dan kepercayaan.

Nama *Alba Laundry* diambil langsung dari nama belakang pemilik, Albaniyah. Kata "Alba" digunakan bukan hanya sebagai identitas pribadi, tetapi juga sebagai simbol komitmen dalam membangun bisnis *Laundry* yang dapat dipercaya. *Alba Laundry* memberikan layanan yang menjunjung nilai tanggung jawab, kualitas, dan kepercayaan, sehingga setiap pelanggan mendapatkan hasil yang terbaik.

### 3. Identitas Bisnis

**Gambar 1.5 Lokasi Alba Laundry**



Sumber : Google Maps, 2025

*Alba Laundry* berada di sebuah ruko yang letaknya di Apartemen Parahyangan Residence, Jl. Ciumbuleuit Parahyangan Residence No. 125, Hegarmanah, Kecamatan Cidadak, Kota Bandung, Jawa Barat dengan kode pos 40141. Lokasi ini cukup strategis karena terletak di area hunian apartemen dan memiliki akses yang mudah untuk dijangkau. Penulis memilih Apartemen

Parahyangan Residence sebagai lokasi untuk bisnis ini karena target utamanya adalah penghuni apartemen, mahasiswa unpar, serta masyarakat sekitar.

*Alba Laundry* memiliki beberapa kontak sosial media yang dapat di hubungi yaitu sebagai berikut.

Telepon : +6289524710087

Gmail : [albalaundry@gmail.com](mailto:albalaundry@gmail.com)

Instagram : @alba\_laundry

### **C. Visi dan Misi**

Berikut ini merupakan visi dan misi dari *Alba Laundry* :

#### **VISI**

Menjadi perusahaan *Laundry* terpercaya yang mengutamakan kualitas, efisiensi, dan memberikan hasil cucian terbaik bagi pelanggan.

#### **MISI**

1. Memberikan layanan *Laundry* berkualitas tinggi dengan mengikuti standar operasional yang konsisten dan professional.
2. Mengutamakan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang responsif, tepat waktu dan berorientasi pada kebutuhan konsumen.
3. Menggunakan peralatan, bahan pembersih dan pewangi yang aman serta berkualitas untuk menghasilkan cucian yang optimal.

#### D. SWOT Analysis

Menurut Philip Kotler (2008) SWOT Analisis adalah evaluasi menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dimiliki oleh suatu organisasi atau bisnis dalam menghadapi kondisi pasar dan lingkungan. Berikut adalah analisis SWOT dari bisnis *Alba Laundry*.

**Tabel 1.1 SWOT ANALISIS**

SWOT ANALISIS	KETERANGAN
Kekuatan ( <i>Strengths</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi yang strategis dan sangat mudah untuk diakses.</li> <li>2. Pasar tetap dan potensial karena penghuni apartemen cenderung sibuk (mahasiswa dan pekerja) sehingga membutuhkan jasa <i>laundry</i> yang praktis.</li> <li>3. Pelayanan cepat dan fleksibel menyediakan jasa layanan antar-jemput langsung ke unit apartemen.</li> </ol>
Kelemahan ( <i>Weakness</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterbatasan SDM bila ada karyawan absen maka pelayanan langsung terganggu.</li> <li>2. Biaya harga sewa di kawasan apartemen relative mahal.</li> <li>3. Area kerja tidak cukup luas karena rata rata di apartemen tempatnya kecil.</li> </ol>

Peluang ( <i>Opportunities</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Di ruang lingkup apartemen banyak sekali orang-orang yang tidak memiliki waktu untuk mencuci pakaiannya sendiri.</li> <li>2. Target pasar yang tetap dari para penghuni apartemen membuat usaha bisnis ini bisa cepat berkembang.</li> <li>3. Pasar yang terus bertumbuh dikarenakan apartemen ini memiliki banyak unit, termasuk potensi dari tamu harian, bulanan maupun penghuni permanen.</li> </ol>
Ancaman ( <i>Threats</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan <i>laundry</i> di luar dengan harga lebih murah atau promo lebih menarik.</li> <li>2. Gangguan listrik atau air yang dapat menghambat jalannya operasional.</li> <li>3. Adanya pesaing yang lebih dulu membangun bisnis yang sama.</li> </ol>

Sumber : Olahan Penulis, 2025

### E. Spesifikasi Produk/Jasa

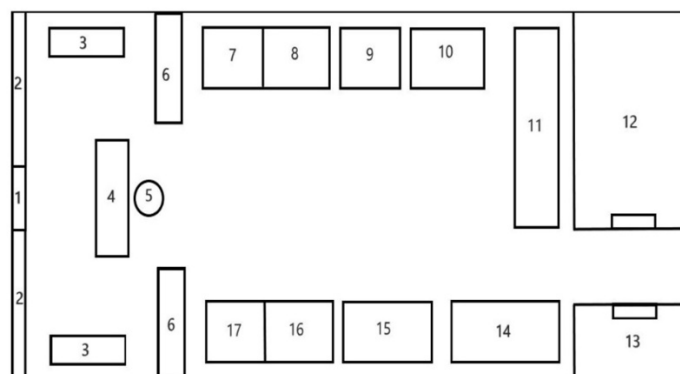
Spesifikasi produk sangat penting dalam sebuah bisnis. Dalam spesifikasi produk terdapat berbagai informasi yang membantu pelanggan mempertimbangkan produk tersebut dibandingkan dengan produk atau jasa lainnya. Alasan mengapa spesifikasi produk harus dicantumkan dalam bisnis adalah karena informasi

tersebut dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan dari pengguna jasa atau pelanggan. Layanan yang ditawarkan mencakup :

1. *Regular Service* : Layanan standar dengan estimasi selesai 2-3 hari kerja.
2. *Ondeday Service* : Pakaian selesai dalam waktu 1 hari (24 jam).
3. *Sameday Service* : Pakaian selesai dihari yang sama (6 jam-10 jam).
4. *Express Service* : Lebih cepat dari sameday, (3 jam-6 jam).
5. *Pick-Up & Delivery Service* : Fasilitas tambahan untuk menjemput dan mengantar pakaian ke Lokasi pelanggan.

Target pasar utama meliputi mahasiswa, pekerja kantor, keluarga kecil, dan penghuni apartemen lainnya.

**Gambar 1. 6 Layout Alba Laundry**



Sumber : Olahan Penulis, 2025

Keterangan :

1. Pintu
2. Jendela
3. Ruang Tunggu
4. Tempat penerimaan pakaian
5. Kursi

6. Rak pakaian bersih
7. Tempat penanda pakaian
8. Tempat pemilahan pakaian
9. Tempat pembersihan noda pada pakaian
10. Mesin cuci (3unit)
11. Mesin cuci (3unit)
12. Tempat penyimpanan chemicals dan alat-alat
13. Toilet
14. Mesin Dry tumbler (3unit)
15. Tempat menyetrika pakaian
16. Tempat melipat pakaian
17. Tempat mengemas pakaian

*Alba Laundry* Meiliki 6 unit mesin cuci yang berkapasitas 10 kg, 3 unit mesin *dry tumbler* dengan merk Samsung juga yang berkapasitas 10 kg, selain itu ada juga alat pendukung seperti 1 unit HP, 1 set computer dan 1 unit motor untuk mempermudah jalannya operasional. *Alba Laundry* juga memiliki berbagai jenis pewangi pakaian seperti Lavender, Baccarat, Snappy, varian bunga dan varian buah lainnya.

#### **F. Jenis/Badan Usaha**

Jenis badan usaha yang digunakan oleh bisnis *Alba Laundry* adalah Perusahaan berbentuk *Commanditaire Vennootschap (CV)*. Pemilik perusahaan ini sepenuhnya dimiliki oleh individu atau pribadi yang bertujuan untuk mendapatkan

keuntungan. Keuntungan dari bisnis yang dimiliki pribadi ini cukup sederhana, proses pengurusan izin usaha lebih cepat, dan keuntungan sepenuhnya menjadi hak pemilik pribadi. Namun, bisnis yang dimiliki pribadi juga memiliki beberapa kelemahan, seperti keterbatasan modal bagi penyedia jasa, tanggung jawab penuh atas risiko dan kerugian, lahan usaha yang terbatas karena berada di area ruko atau apartemen, serta kemungkinan keuntungan pada tahun pertama belum mencapai tingkat maksimal.

#### **G. Aspek Legalitas**

**Menurut Sofyan Assauri (2011)**, aspek legalitas adalah salah satu faktor penting dalam perencanaan bisnis yang mencakup perizinan dan ketentuan hukum yang harus dipenuhi oleh suatu usaha. Legalitas memberikan kepastian hukum dalam menjalankan kegiatan usaha. Aspek legalitas dalam membangun bisnis sangat penting karena termasuk dalam persyaratan untuk memiliki suatu badan usaha atau bisnis secara hukum dan di mata masyarakat. Untuk memastikan aspek legalitas berjalan lancar, CV memiliki ketentuan yang berlaku dalam hukum dan diatur dalam Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) Pasal 19, 20, dan 21. Ketiga pasal ini menjelaskan mengenai modal dan tanggung jawab setiap komanditer dalam bisnis atau badan usaha.

Persyaratan untuk mendirikan CV adalah sebagai berikut :

1. CV harus didirikan oleh warga negara Indonesia (WNI) dan kepemilikan harus 100% warga Indonesia.

2. Membuat akta pendirian CV di notaris, yang berisi nama CV, bidang usaha dan alamat.
3. CV dapat didirikan oleh 1 orang atau maksimal 2 orang, jika didirikan oleh 2 orang, maka salah satu dianggap sebagai sekutu aktif dan satu lagi sebagai sekutu pasif.

Persyaratan administrasi mendirikan CV adalah sebagai berikut :

1. e-KTP, NPWP, dan KK dari pihak aktif dan pasif
2. Foto Lokasi bisnis usaha dari luar bangunan dan dalam bangunan
3. Jika bangunan milik pribadi wajib menyertakan izin mendirikan bangunan
4. Jika bangunannya tidak milik pribadi maka sertakan bukti dokumen persewaan.