

Analisis Kelayakan Bisnis Terhadap Aspek Pasar pada Usaha Laundrybox di Tanjungpinang

Afriyadi^{1*}, Amelia², Delvina Azalia Zalma³, Halimah Sulanjari⁴, Meilita Putri Kheirani⁵, Rezi Anggraini⁶, Sellina⁷, Tri Yuni Putri⁸, Tria Amalia⁹, Vita Ayu Lestari¹⁰

¹⁻¹⁰Program Studi Manajemen, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Jl. R. H. Fisabilillah No. 34, Sei Jang, Bukit Bestari, Kota Tanjung Pinang, Kepulauan Riau

E-mail: sellinasellina7@gmail.com

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3786>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 29 Nov 2025

Revised: 05 Dec 2025

Accepted: 15 Dec 2025

Kata Kunci:

Studi Kelayakan Bisnis,
Aspek Pasar,
LaundryBox, Bauran
Pemasaran.

Keywords:

*Business Feasibility
Study, Market Aspects,
LaundryBox, Marketing
Mix*

ABSTRACT

Penelitian ini mengkaji kelayakan usaha LaundryBox Cabang 60 di Tanjungpinang berdasarkan aspek pasar dengan pendekatan bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara langsung dengan pegawai, serta studi literatur dari sumber sekunder. Hasil analisis menunjukkan bahwa LaundryBox menyediakan berbagai layanan laundry yang sesuai dengan gaya hidup masyarakat perkotaan yang memiliki mobilitas tinggi, seperti layanan cuci kiloan, cuci satuan, dan layanan express dengan waktu penyelesaian yang variatif. Penetapan harga yang kompetitif dan sebanding dengan kualitas layanan, serta lokasi strategis di kawasan Tugu Pahlawan, memberikan kemudahan akses bagi pelanggan dari berbagai segmen seperti mahasiswa, pekerja kantor, dan keluarga muda. Strategi promosi digital melalui media sosial dan program membership efektif meningkatkan loyalitas dan perluasan pangsa pasar. Selain itu, layanan antar-jemput gratis memperluas jangkauan pasar dan memberikan nilai tambah. Secara keseluruhan, usaha LaundryBox dinilai layak dari sisi pasar dan memiliki prospek pertumbuhan yang kuat dengan daya saing yang baik di wilayah Tanjungpinang. Rekomendasi diberikan untuk memperkuat promosi digital dan pengembangan layanan demi keberlanjutan usaha.

This study examines the feasibility of LaundryBox Branch 60 in Tanjungpinang based on market aspects using a marketing mix approach that includes product, price, place, and promotion. The research method used is descriptive qualitative with data collection through observation, direct interviews with employees, and literature studies from secondary sources. The results of the analysis show that LaundryBox provides a variety of laundry services that suit the lifestyle of urban communities with high mobility, such as kilo laundry, single item laundry, and express services with varying completion times. Competitive pricing that is comparable to the quality of service, as well as a strategic location in the Tugu Pahlawan area, provide easy access for customers from various segments such as students, office workers, and young families. Digital promotion strategies through social media and membership programs effectively increase loyalty and expand market share. In addition, free pick-up and delivery services expand market reach and provide added value. Overall, LaundryBox is considered feasible from a market perspective and has strong growth prospects with good competitiveness in the Tanjungpinang area. Recommendations are given to strengthen digital promotion and service development for business sustainability.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Afriyadi, et al (2025). Edukasi dan Implementasi Aromaterapi Lavender Sebagai Upaya Relaksasi pada Ibu Hamil Trimester Ketiga di Kelurahan Cipageran, 4(2) 13376-13379. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3786>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat telah mendorong terciptanya gaya hidup yang semakin modern. Kemajuan teknologi ini memberikan dampak yang besar terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat (Ilmi, 2021). Kemajuan teknologi pada masa kini juga memberikan kontribusi terhadap perubahan gaya hidup masyarakat, khususnya di wilayah perkotaan seperti Tanjungpinang, di mana sebagian besar penduduknya telah menerapkan pola hidup yang cenderung modern. Perubahan gaya hidup tersebut tercermin dari meningkatnya kecenderungan masyarakat dalam menggunakan layanan laundry, karena layanan ini tidak hanya mempermudah perawatan pakaian, tetapi juga mendukung efisiensi waktu serta peningkatan produktivitas individu (Oktavia et al., 2024).

Laundry merupakan layanan yang berkaitan dengan pencucian, pengeringan, dan penyetrikaan pakaian maupun tekstil lainnya dengan menggunakan peralatan dan teknologi. Dalam perkembangannya, usaha laundry memiliki pangsa pasar yang luas yang mencakup berbagai kelompok usia dan lapisan sosial ekonomi, mulai dari masyarakat berpenghasilan rendah hingga tinggi (Pramesti et al., 2023). Jenis usaha laundry umumnya terbagi menjadi dua, yaitu laundry kiloan dan laundry satuan. Saat ini usaha laundry di Indonesia telah berkembang pesat dan dapat ditemukan hampir di setiap wilayah perkotaan, seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap jasa tersebut (Oktavia et al., 2024). Pesatnya pertumbuhan industri laundry ini turut menimbulkan persaingan di antara para pelaku usaha dalam sektor jasa tersebut. Salah satu layanan laundry dengan sistem kiloan dan satuan adalah laundrybox yang berlokasi di Tuguh Pahlawan.

Laundrybox cabang 60 berdiri pada akhir tahun 2021 tepatnya pada bulan Desember. Sejak awal berdirinya, laundrybox cabang ini berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan mengutamakan kecepatan, kebersihan, dan kualitas hasil cucian. Laundrybox memiliki berbagai layanan unggulan, salah satunya yaitu layanan express dengan pilihan waktu 5 jam siap, 3 jam siap, dan 2 jam siap, yang sangat membantu pelanggan yang membutuhkan pakaian bersih dalam waktu singkat. Selain layanan cuci kiloan, laundrybox juga menyediakan berbagai layanan cuci satuan seperti boneka, jas, gorden, selimut, spre, dan bedcover. Keberagaman layanan ini membuat laundrybox menjadi pilihan utama bagi masyarakat di sekitar jalan Tuguh Pahlawan yang memiliki aktivitas padat. lingkungan sekitar yang merupakan kawasan ramai dengan berbagai kegiatan masyarakat memberikan peluang besar bagi laundrybox untuk terus berkembang dan menjadi penyedia jasa laundry terpercaya di wilayah tersebut.

Para pelaku bisnis di sektor jasa termasuk usaha laundry, pada umumnya memiliki harapan agar kegiatan usahanya dapat berkembang secara konsisten serta bertahan dalam jangka panjang. Selain itu, mereka juga berupaya membangun citra positif di mata konsumen, sebagai dasar penting bagi keberlanjutan bisnis yang dijalankan (Oktavia et al., 2024). Terkadang ada saja hambatan-hambatan dan risiko yang timbul selama bisnis berjalan (Hasyim, 2022). Upaya untuk mengatasinya dapat dilakukan melalui penerapan analisis kelayakan bisnis (Oktavia et al., 2024). Menurut (Arifudin et al., 2020) menyatakan bahwa, Studi Kelayakan Bisnis (SKB) merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara mendalam terhadap rencana pendirian atau pengembangan suatu usaha, dengan tujuan untuk menilai tingkat kelayakan serta prospek keberhasilan usaha tersebut sebelum dijalankan.

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Moleong (2014), penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang mengumpulkan data deskriptif berupa kalimat tertulis atau lisan tentang perilaku individu dan fenomena yang diamati. Populasi yang terdapat pada penelitian ini adalah pegawai yang sudah lama bekerja di laundrybox. Subjek pada penelitian ini berlokasi di Tuguh Pahlawan, Tanjungpinang.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh peneliti melalui observasi dan wawancara langsung dengan pegawai laundrybox. Sedangkan data sekunder diperoleh peneliti melalui jurnal, buku, artikel maupun dokumen-dokumen lain yang dapat menunjang data primer. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan pengambilan informan tertentu atau disebut *purposive sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Produk (Product)

LaundryBox Tanjungpinang menawarkan berbagai layanan laundry mulai dari cuci kiloan, setrika saja, dry clean, laundry sepatu, hingga layanan antar-jemput. Selain layanan reguler, LaundryBox juga menyediakan layanan express dengan pilihan waktu selesai 5 jam, 3 jam, dan 2 jam, dengan tarif Rp15.000 per kilogram. Usaha ini juga memberikan layanan cuci satuan seperti gordena, sprei, bedcover, jas, boneka, hingga karpet bulu yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Nilai tambah utama LaundryBox terletak pada kualitas cucian yang bersih, wangi, dan tepat waktu, serta kemudahan akses layanan antar-jemput melalui WhatsApp dan Instagram. Observasi dan wawancara menunjukkan bahwa layanan tersebut sangat sesuai dengan kebutuhan mahasiswa, pekerja kantor, hingga keluarga dengan mobilitas tinggi, sehingga produk yang ditawarkan telah memenuhi preferensi konsumen dan layak dari sisi pasar.

Analisis Harga (Price)

Harga layanan di LaundryBox menetapkan tarif Rp7.000–Rp10.000 per kilogram untuk layanan reguler dan Rp15.000 untuk layanan express. Strategi penetapan harga mempertimbangkan biaya operasional dan daya beli masyarakat lokal. LaundryBox juga menerapkan berbagai strategi promosi harga seperti diskon pelanggan tetap, paket hemat untuk anak kos, serta program membership dengan tiga pilihan paket, yaitu Rp250.000 dengan potongan 5%, Rp300.000 dengan potongan 10%, dan Rp500.000 dengan potongan 15% setiap pengantaran. Berdasarkan tanggapan pelanggan, harga yang ditawarkan dianggap sebanding dengan kualitas layanan yang diterima.

Analisis Tempat (Place)

LaundryBox berlokasi di Jalan Tugu Pahlawan, sebuah lokasi strategis yang dekat dengan Mess TNI Angkatan Laut, Rumah Sakit, serta beberapa hotel. Lokasi ini memudahkan akses bagi pelanggan seperti pekerja, keluarga, maupun tamu hotel yang membutuhkan layanan laundry cepat. Layanan antar-jemput gratis untuk radius tertentu turut memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan Google Maps, Instagram, dan WhatsApp Business juga mempermudah pelanggan menemukan lokasi dan berkomunikasi, sehingga memperkuat posisi LaundryBox sebagai penyedia layanan laundry terpercaya di Tanjungpinang.

Analisis Promosi (Promotion)

LaundryBox memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business, serta promosi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang terbukti efektif meningkatkan kepercayaan pelanggan. LaundryBox juga rutin memberikan berbagai promo, seperti gratis 1 kg setiap pengantaran 10 kg serta promo khusus pada hari besar seperti 17 Agustus. Strategi promosi digital dan program loyalitas ini berkontribusi pada peningkatan jumlah pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama, yang terlihat dari meningkatnya permintaan layanan setiap bulan.

Analisis Aspek Pasar

LaundryBox memiliki pangsa pasar yang terus berkembang di wilayah Tanjungpinang. Target utama mencakup mahasiswa, pekerja kantor, keluarga muda, serta anggota TNI Angkatan Laut yang tinggal di area sekitar lokasi usaha. Pasar laundry di Tanjungpinang bersifat monopolistik dengan banyaknya usaha sejenis, namun LaundryBox memiliki keunggulan kompetitif berupa kecepatan layanan express, kualitas cucian, kemudahan antar-jemput, serta program membership yang menarik. Pertumbuhan pelanggan yang terus meningkat menunjukkan bahwa potensi pasar masih luas dan dapat berkembang secara berkelanjutan.

Pembahasan Kelayakan Pasar

Secara keseluruhan, analisis empat elemen bauran pemasaran (marketing mix) menunjukkan bahwa LaundryBox memiliki tingkat kelayakan pasar yang tinggi. Hal ini ditunjukkan melalui permintaan layanan yang stabil dan meningkat, harga yang kompetitif, lokasi yang strategis, promosi digital yang efektif, serta adanya program membership yang meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, LaundryBox dinilai layak untuk terus dikembangkan karena memiliki potensi pertumbuhan dan daya saing yang kuat di wilayah Tanjungpinang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap aspek pasar pada usaha LaundryBox Cabang 60 Tanjungpinang, dapat disimpulkan bahwa usaha ini memiliki tingkat kelayakan yang tinggi dan berpotensi untuk terus berkembang. Layanan yang ditawarkan cukup beragam, mulai dari cuci kiloan, layanan express, hingga cuci satuan, yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dengan mobilitas tinggi. Harga yang diterapkan juga kompetitif dan sebanding dengan kualitas layanan yang diberikan, sehingga mampu menarik serta mempertahankan pelanggan. Lokasi usaha yang strategis di kawasan yang ramai aktivitas turut mendukung kemudahan akses bagi konsumen. Selain itu, strategi promosi melalui media sosial, program membership, dan rekomendasi dari mulut ke mulut terbukti efektif dalam meningkatkan pangsa pasar. Secara keseluruhan, perpaduan antara produk, harga, tempat, dan promosi yang optimal menjadikan LaundryBox sebagai usaha yang layak dijalankan dan memiliki peluang pertumbuhan yang kuat di wilayah Tanjungpinang.

Untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha, LaundryBox disarankan untuk meningkatkan promosi digital melalui konten yang lebih menarik di media sosial agar jangkauan pelanggan semakin luas. Selain itu, usaha ini perlu terus menjaga kualitas layanan melalui pelatihan pegawai dan perawatan peralatan secara berkala. Perluasan area layanan antar-jemput juga dapat dilakukan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Terakhir, program membership dan promo berkala sebaiknya terus dikembangkan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak LaundryBox Cabang 60 Tanjungpinang yang telah memberikan izin, informasi, dan dukungan selama proses pengumpulan data. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing serta rekan-rekan kelompok yang telah memberikan bantuan, arahan, dan kerja sama sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

REFERENSI

- Adnyana, I. M. (2020). *STUDI KELAYAKAN BISNIS* (M. M. Melati, S.E. (ed.)). Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Afiyah, A., Saifi, M., & Dwiatmanto. (2015). Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry (Studi Kasus pada Home Industry Cokelat “Cozy” Kademangan Blitar). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23(1), 1–11.
- Arifudin, O., Sofyan, Y., & Tanjung, R. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 341–352.
- Arum, R. M., & Aini, T. N. (2019). Pengembangan Eiffel Laundry Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran Serta Aspek Teknis (Studi Literatur dan Perancangan Bisnis Eiffel Laundry). *Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, 3(2), 30–45.
- Hasyim, S. H. (2022). Analisis Kelayakan Usaha ditinjau dari Aspek Pemasaran (Studi Kasus pada Warung Bakso Bagus Kecamatan Rappocini). *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 3(2), 429–436.
- Ilmi, Z. (2021). Potret Aspek Pasar dan Pemasaran untuk BUMDes ‘Karya Mandiri’ (Desa Sepakat, Kabupaten Kutai Kartanegara). *Jurnal Pustaka Mitra*, 1(1), 43–48.
- Oktavia, I. N., Perdana, K. R., Saputra, R., Fili, R. A., & Ken W, R. . W. (2024). Studi Kelayakan Bisnis pada Usaha Rina Laundry Ditinjau dari Aspek Pemasaran, Keuangan, Dan SDM: Studi pada Usaha Rina Laundry di Kelurahan Petukangan Utara Kecamatan Pesanggrahan, Jakarta Selatan. *Islamic Economics & Finacial Journal*, 3(1), 419–430. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v3i1.195>
- Pramesti, D. S., Dharma, J., Purnomo, N. L., & Sari, T. I. (2023). Analisis Kelayakan Bisnis Linen Deck Laundry di Politeknik Internasional Bali. *Journal of Culinary, Hospitality, Digital & Creative Arts and Event*, 1(1), 50–58.
- Sobana, D. H. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis*. CV PUSTAKA SETIA.