LAPORAN PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN DI KURNIA LAUNDRY: INOVASI PEMBAYARAN DIGITAL DAN LAYANAN ANTAR JEMPUT

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Disusun Oleh:

Rheina Fatin Ramadhani

2121 31603

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

TAHUN 2025

TUGAS AKHIR

PROYEK KEWIRAUSAHAAN

LAPORAN PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN DI KURNIA LAUNDRY: INOVASI PEMBAYARAN DIGITAL DAN LAYANAN ANTAR JEMPUT

Dipersiapkan dan disusun oleh:

RHEINA FATIN RAMADHANI

Nomor Induk Mahasiswa: 212131603

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Senin tanggal 30 Juni 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing	Penguji
Maria Pampa Kumalaningrum, Dr., SE, M.Si	Rahmat Purbandono Hardani, Drs., M.Si.

Yogyakarta, 8 Juli 2025

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

Ketua

Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Laporan ini membahas Kurnia Laundry, sebuah usaha jasa laundry yang berlokasi strategis di kawasan mahasiswa dan pekerja. Layanan yang ditawarkan meliputi antar-jemput cucian, pemesanan via WhatsApp, dan pembayaran digital melalui QRIS. Usaha ini juga menjalin kerja sama dengan kos-kosan dan UMKM lokal.

Dari sisi operasional, Kurnia Laundry fokus pada kebersihan, kecepatan layanan, dan manajemen SDM. Dengan strategi yang inovatif dan adaptif terhadap teknologi, usaha ini berpotensi terus berkembang dan menjadi contoh inspiratif bagi pelaku UMKM lainnya.

Kata kunci: Kurnia Laundry, jasa laundry, UMKM, layanan antar-jemput, promosi, pembayaran digital, inovasi usaha.

ABSTRACT

This report outlines Kurnia Laundry, a laundry business strategically located in a busy urban area near university students and workers. Key innovations include pick-up and delivery services, WhatsApp ordering, and QRIS-based digital payments.

Kurnia Laundry emphasizes service quality, operational efficiency, and human resource professionalism. Its adaptability and focus on customer needs make it a strong example of MSME innovation in the laundry sector.

Keywords: Kurnia Laundry, laundry service, MSME, pick-up and delivery, promotion, digital payment, business innovation.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Industri laundry mengalami pertumbuhan pesat di era digital seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan yang cepat, bersih, dan efisien. Dalam situasi persaingan yang semakin ketat, pelaku usaha dituntut untuk terus berinovasi. UMKM seperti Kurnia Laundry perlu mengembangkan strategi agar tetap bertahan dan berkembang di tengah kompetisi.

Kurnia Laundry adalah usaha laundry yang awalnya beroperasi di gang sempit dan kini berkembang di ruko strategis dekat kampus UPN Veteran Yogyakarta. Target konsumennya mencakup mahasiswa, keluarga, dan pekerja. Jam operasionalnya dari Senin–Sabtu, pukul 08.00–20.00. Layanan yang ditawarkan mencakup laundry kiloan, satuan, express, hingga setrika saja, dengan harga terjangkau dan sistem pelayanan yang profesional.

Usaha ini juga memperhatikan kenyamanan pelanggan melalui lingkungan yang bersih dan sistem kerja efisien. Berbagai jenis laundry khusus juga dilayani, seperti bed cover, gorden, dan sepatu. Deterjen dan pewangi premium digunakan untuk menjaga kualitas, dan layanan antar-jemput rutin disediakan untuk menjangkau pelanggan yang sibuk.

Tim Kurnia Laundry terdiri dari pemilik dan staf yang terlatih untuk menjaga standar layanan. Komunikasi dilakukan melalui WhatsApp untuk kemudahan pemesanan. Selain itu, pelanggan dapat memanfaatkan layanan antar-jemput yang terjadwal agar lebih praktis.

Sebagai langkah inovatif, Kurnia Laundry mulai memperluas layanan ke area lebih luas dan berencana menerapkan sistem pembayaran digital berbasis QRIS serta transfer bank. Langkah ini dilakukan guna mengikuti tren transaksi digital yang populer di kalangan generasi milenial.

Dalam mendukung promosinya, Kurnia Laundry memanfaatkan media sosial, seperti WhatsApp, untuk menyebarkan brosur dan informasi diskon. Berbagai paket layanan dan program loyalitas pun dirancang untuk mempertahankan pelanggan.

Secara keseluruhan, Kurnia Laundry mengusung pendekatan modern dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan dengan mengedepankan inovasi layanan antar-jemput dan digitalisasi pembayaran, demi menciptakan pengalaman laundry yang cepat, nyaman, dan sesuai dengan perkembangan zaman.

Rumusan Masalah

Terdapat tiga rumusan yang menjadi fokus dalam proyek kewirausahaan ini:

Bagaimana strategi untuk meningkatkan daya saing Kurnia Laundry dalam industri laundry yang kompetitif?

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Apa saja inovasi layanan bernilai tambah yang dapat diterapkan (khususnya dari sisi kenyamanan, kemudahan, dan kecepatan)?

Bagaimana sistem pembayaran digital dapat mendukung efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan?

Tujuan Proyek Kewirausahaan

Tujuan proyek ini mencakup tiga aspek utama:

Meningkatkan daya saing melalui strategi pemasaran inovatif.

Menyediakan layanan bernilai tambah seperti sistem antar-jemput, program loyalitas, dan promo menarik.

Menerapkan sistem pembayaran digital (QRIS) untuk mempercepat transaksi dan meningkatkan kenyamanan.

Kontribusi Proyek Kewirausahaan

Kurnia Laundry memberikan manfaat nyata, antara lain:

Kemudahan akses layanan laundry bagi pelanggan sibuk.

Pengalaman transaksi praktis dan cepat melalui sistem pembayaran digital.

Promosi dan lokasi strategis yang mendukung loyalitas pelanggan.

Efisiensi waktu bagi pelanggan yang tidak memiliki banyak waktu luang untuk datang langsung.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BAHASAN UMUM DAN ANALISIS SWOT

Produk

Laundry Kiloan

Layanan ini menghitung biaya berdasarkan berat pakaian dalam kilogram. Biasanya digunakan untuk pakaian harian seperti kaos, celana, dan handuk. Layanan tersedia dalam dua paket utama: cuci-setrika dan hanya cuci, dengan opsi waktu pengerjaan reguler atau ekspres. Segmen pasar utamanya mahasiswa, pekerja, dan keluarga.

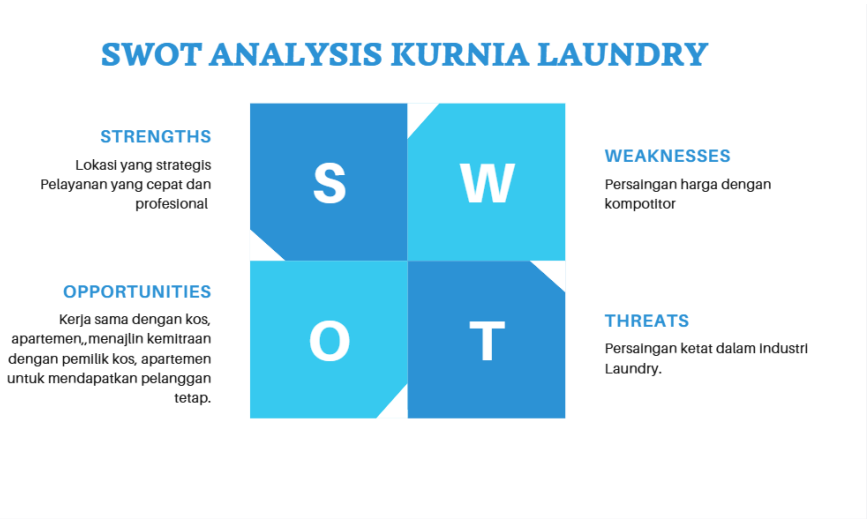
Laundry Satuan

Jenis layanan untuk pakaian khusus seperti jas, jaket, selimut yang tidak bisa dicuci bersama pakaian lain. Tarif dihitung per potong karena memerlukan penanganan khusus agar tidak rusak atau berubah bentuk dan ditujukan untuk pakaian khusus yang memerlukan penanganan ekstra, seperti jas dan jaket. Biaya dihitung per potong. Proses pencuciannya dilakukan secara terpisah agar hasilnya maksimal tanpa merusak bahan pakaian.

2.1.3 Layanan Setrika Saja

Diperuntukkan bagi pelanggan yang hanya membutuhkan jasa setrika. Pakaian sudah dicuci sendiri oleh pelanggan dan hanya perlu disetrika dengan profesional menggunakan setrika uap dan hanya untuk menyetrika pakaian yang sudah bersih. Cocok bagi pelanggan yang tidak sempat menyetrika sendiri. Kurnia Laundry menggunakan setrika uap untuk hasil lebih rapi dan aman.

Analisis SWOT



repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Strengths (Kekuatan)

Harga Terjangkau: Cocok untuk mahasiswa hingga keluarga.

Lokasi Strategis: Dekat UPN, kos, dan kawasan padat penduduk.

Pelayanan Cepat & Ramah: Meningkatkan kenyamanan dan loyalitas pelanggan

Weaknesses (Kelemahan)

Belum Sepenuhnya Digital: Pembayaran QRIS belum menyeluruh.

Antar-Jemput Kurang Terorganisir: Kurang efisien dalam manajemen rute dan waktu.

Opportunities (Peluang)

Permintaan Tinggi: Di kawasan kos dan kampus.

Kerja Sama dengan Kosan: Potensi mitra layanan rutin.

Layanan Baru: Antar-jemput dan QRIS menjadi nilai tambah modern

Threats (Ancaman)

Persaingan dengan Laundry Modern: Seperti laundry aplikasi dan digital.

Laundry Skala Besar: Dengan layanan cepat dan harga murah.

Inovasi Kompetitor: Bisa membuat pelanggan berpindah jika Kurnia tidak beradaptasi

Industri laundry berkembang pesat di era digital. Kurnia Laundry hadir di kawasan padat mahasiswa dengan strategi layanan cepat, bersih, dan inovatif. Inovasi yang diusung antara lain layanan antar-jemput harian dan pembayaran non-tunai QRIS.

Kekuatan:

Lokasi strategis

Pelayanan cepat & ramah

Layanan bervariasi

Kelemahan:

Belum optimalnya pembayaran digital

Persaingan harga

Peluang:

Kerja sama dengan kos-kosan

Promo & program loyalitas

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Ancaman:

Persaingan laundry modern dan berbasis aplikasi.

	Strength (S)	Weaknesses (W)
Faktor Internal / Faktor Eksternal	1. Lokasi strategis 2. Harga layanan terjangkau 3. Pelayanan ramah dan cepat	1. Belum tersedia pembayaran non-tunai (QRIS) 2. Belum ada layanan antar-jemput
Opportunities (O) 1. Pertumbuhan permintaan jasa laundry 2. Peluang kerja sama dengan kos & penginapan	Strategi (S-O) Dengan lokasi strategis dan harga terjangkau, Kurnia Laundry dapat menjalin kerja sama dengan kos-kosan, penginapan, dan perumahan untuk memperluas pasar. Pelayanan cepat dan ramah akan menjadi nilai tambah dalam menghadapi meningkatnya kebutuhan laundry.	Strategi (W-O) Mengadopsi sistem pembayaran non-tunai (QRIS) untuk memudahkan transaksi pelanggan, serta menyediakan layanan antar-jemput agar lebih menjangkau kos dan rumah pelanggan, terutama saat permintaan tinggi.
Threats (T) 1. Persaingan dengan usaha laundry lain yang lebih besar	Strategi (S-T) Memaksimalkan lokasi dan harga sebagai daya tarik utama, serta menjaga kualitas pelayanan agar konsumen tetap setia meskipun banyak kompetitor besar.	Strategi (W-T) Mengatasi kekurangan dengan menyediakan layanan modern (QRIS dan antar-jemput) agar bisa bersaing dengan usaha laundry berskala besar dan mempertahankan pelanggan.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

METODOLOGI DAN MANAJEMEN USAHA

Eksplorasi Kreativitas

Kreativitas dan eksplorasi ide menjadi landasan dalam pengembangan usaha Kurnia Laundry. Sebelum memulai, dilakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan masyarakat dan mempelajari layanan kompetitor. Kurnia Laundry mengembangkan strategi berupa program loyalitas, promosi musiman, dan efisiensi operasional guna menciptakan layanan laundry yang kompetitif dengan harga terjangkau dan kualitas prima.Sebelum memulai usaha, dilakukan riset pasar dan analisis kebutuhan pelanggan di sekitar lokasi. Strategi promosi dirancang berbasis pada kebiasaan digital konsumen seperti penggunaan WhatsApp dan sistem layanan cepat.

Manajemen Pemasaran

Kurnia Laundry menerapkan strategi pemasaran digital dan konvensional untuk menjangkau pelanggan. Media WhatsApp digunakan sebagai sarana promosi digital, terutama untuk generasi muda dan pekerja aktif. Selain itu, penyebaran brosur dilakukan secara langsung ke area strategis seperti kos-kosan dan perkantoran. Kombinasi promosi online dan offline ini terbukti efektif meningkatkan jangkauan dan daya saing usaha.Pemasaran dilakukan melalui:

WhatsApp: Komunikasi cepat dan pengingat promosi.

Brosur: Distribusi di lokasi strategis seperti kos dan tempat kerja.

Promosi: Diskon menarik, bundling, dan loyalitas pelanggan.

Manajemen Operasi

Manajemen operasional difokuskan pada efisiensi proses pencucian, pengeringan, penyetrikaan, hingga pengemasan. Kurnia Laundry menjamin standar kualitas tinggi dan waktu layanan yang tepat. Pelanggan dapat memilih aroma pewangi sendiri dari sampel yang tersedia, memberikan pengalaman personal yang meningkatkan kepuasan. Proses operasional meliputi:

Penerimaan cucian

Penyortiran berdasarkan warna

Pencucian dengan deterjen premium

Pengeringan dan penyetrikaan

Pengemasan dan pengantaran

Pembayaran (tunai atau QRIS)

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kualitas layanan dijaga dengan memberikan pilihan aroma pewangi dan pengawasan kebersihan setiap tahapan.

Manajemen SDM

SDM memegang peran penting dalam operasional. Karyawan dilatih untuk memberikan layanan ramah dan responsif. Kurnia Laundry menciptakan lingkungan kerja yang positif, menjunjung kerjasama dan profesionalitas. Pelayanan yang sopan, bersih, dan efisien mencerminkan nilai perusahaan, membangun loyalitas pelanggan dan produktivitas tim.Kurnia Laundry dikelola oleh 2 orang staf tetap yang menangani operasional harian, mulai dari pencucian hingga layanan antar. Karyawan dilatih untuk memberikan pelayanan ramah, cepat, dan solutif terhadap keluhan pelanggan.

Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan mencakup pengelolaan dana usaha secara efisien agar keberlangsungan bisnis terjaga. Fokusnya meliputi perencanaan modal, kontrol pengeluaran, efisiensi penggunaan aset, serta analisis risiko. Pengelolaan keuangan yang sistematis diperlukan untuk perhitungan harga pokok penjualan, estimasi keuntungan, dan pertumbuhan usaha yang sehat.

Manajemen Perubahan dan Inovasi

Kurnia Laundry menerapkan manajemen perubahan dan inovasi untuk menjaga daya saing. Inovasi layanan seperti antar-jemput dan sistem pembayaran digital dilakukan guna menjawab kebutuhan konsumen modern. Manajemen perubahan mencakup penyusunan strategi adaptif, komunikasi efektif, dan penciptaan lingkungan kerja yang mendorong kreativitas. Perubahan diarahkan pada digitalisasi layanan dan peningkatan kenyamanan. Inovasi dilakukan dalam bentuk:

Antar jemput cucian

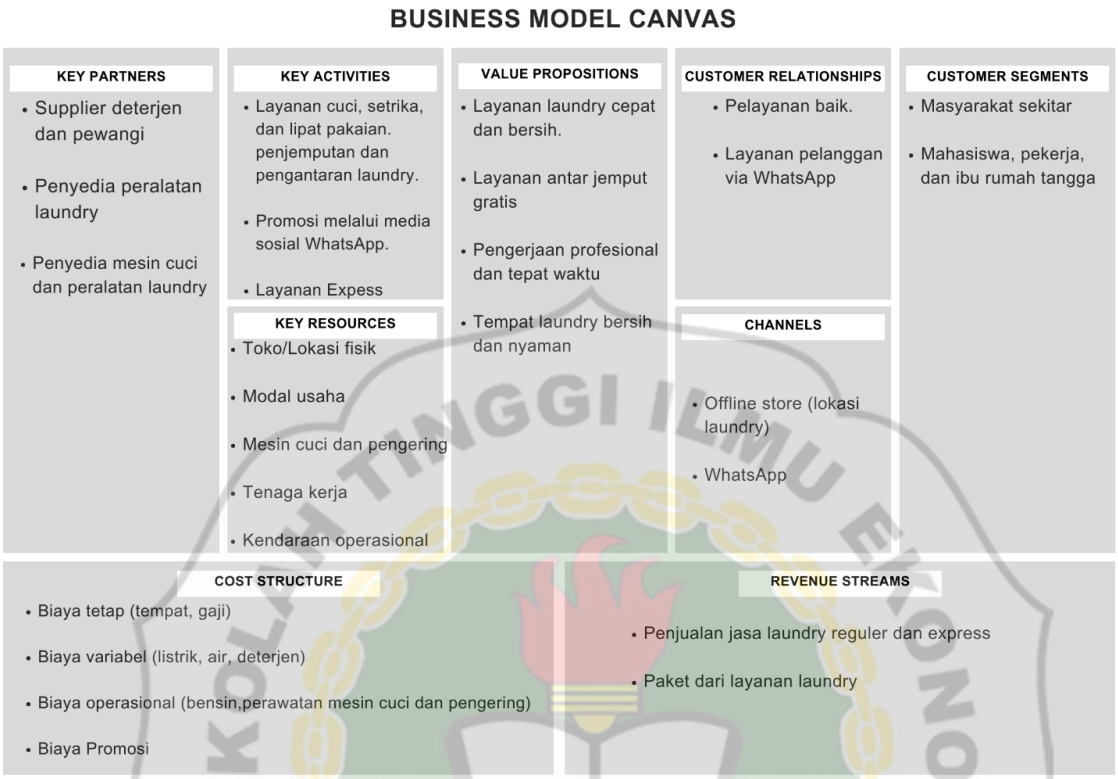
Pembayaran digital

Promosi interaktif

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Business Model Canvas



Model bisnis Kurnia Laundry mencakup:

- Key Partners: Pemasok deterjen & pewangi lokal, bengkel servis mesin, dan penyedia kemasan.
- Key Activities: Layanan cuci-lipat-setrika, promosi via WhatsApp, dan layanan express.
- Key Resources: Lokasi strategis, peralatan canggih, tenaga kerja terlatih, dan armada antar-jemput.
- Value Propositions: Harga terjangkau, layanan cepat dan rapi, antar-jemput gratis, pelayanan ramah.
- Customer Relationships: Interaksi aktif melalui WhatsApp dan pelayanan langsung yang efisien.
- Channels: Outlet langsung dan media sosial (WhatsApp) sebagai sarana komunikasi dan transaksi.
- Customer Segments: Mahasiswa, pekerja, dan keluarga dengan jadwal padat.
- Cost Structure: Gaji, listrik, air, bahan habis pakai, dan biaya promosi (biaya tetap dan variabel).
- Revenue Streams: Pendapatan dari laundry reguler dan express, dengan harga tetap dan dinamis.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PEMBAHASAN MANAJEMEN USAHA

Inovasi Produk

Kurnia Laundry melakukan inovasi produk dengan menyediakan layanan antar-jemput cucian terjadwal dan menerapkan sistem pembayaran digital melalui QRIS. Inovasi ini memudahkan pelanggan, khususnya yang sibuk atau memiliki banyak cucian. Selain itu, promosi seperti paket bundling dan program loyalitas pelanggan juga diperkenalkan untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Dampaknya sangat positif: terjadi peningkatan jumlah pelanggan dan pendapatan, terutama dari segmen rumah tangga. Program loyalitas menciptakan pelanggan tetap, sementara inovasi layanan meningkatkan kepuasan dan daya saing usaha.

Layanan antar jemput secara terjadwal menjadi nilai jual utama. Ditambah sistem pembayaran QRIS dan promo rutin meningkatkan loyalitas pelanggan. Dampaknya terlihat dari peningkatan jumlah pelanggan dan pendapatan selama periode pelaksanaan.

Pemasaran

Strategi pemasaran difokuskan pada pemanfaatan platform WhatsApp dan penyebaran brosur. WhatsApp menjadi saluran utama untuk komunikasi dan promosi, sedangkan brosur menyasar konsumen sekitar secara langsung.

Efektivitas promosi terlihat dari meningkatnya jumlah pelanggan baru dan transaksi selama tiga bulan terakhir. Strategi ini juga memperkuat relasi dengan pelanggan lama, serta menciptakan pengalaman yang konsisten dan memuaskan.

Promosi melalui WhatsApp dan brosur terbukti efektif meningkatkan visibilitas usaha. Kampanye yang dilakukan mampu memperluas jangkauan pasar dan menarik pelanggan baru setiap minggu.

Rantai Pasok

Rantai pasok Kurnia Laundry dimulai dari pengambilan cucian, penyortiran warna, pencucian, pengeringan, penyetrikaan, hingga pengemasan dan pengantaran kembali ke pelanggan. Semua proses dilakukan sesuai standar operasional, dengan opsi pembayaran tunai atau digital. Sistem ini dirancang untuk memberikan kenyamanan maksimal bagi pelanggan. Alur produksi dimulai dari penerimaan cucian hingga penyerahan kepada pelanggan. Prosedur ini memastikan kualitas dan efisiensi waktu.

Manajemen SDM

Kurnia Laundry dikelola oleh dua karyawan yang bekerja secara bergiliran. Tugas dibagi antara proses pencucian dan pengantaran. Salah satu karyawan juga bertanggung jawab atas kontrol kualitas cucian.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Komunikasi yang baik dan pelayanan yang ramah menjadi standar kerja. Hal ini membantu dalam menangani keluhan pelanggan dan meningkatkan loyalitas serta kepuasan mereka.

Pembagian kerja dilakukan antara bagian pencucian dan pengantaran. Penilaian terhadap kondisi cucian dilakukan untuk menjaga kualitas hasil akhir. Komunikasi yang baik dengan pelanggan sangat ditekankan.

Keuangan

Investasi

PERALATAN PRODUKSI	KUALITAS	SATUAN	HARGA SATUAN	TOTAL
Pengering Spedqueen	2	Pcs	Rp14.100.000	Rp28.200.000
Mesin cuci Lg 20kg	1	Pcs	Rp5.500.000	Rp5.500.000
Setrika Uap tahun 2021	1	Pcs	Rp1.500.000	Rp1.500.000
Gas 12kg	2	Pcs	Rp200.000	Rp400.000
Rak Baju	2	Pcs	Rp500.000	Rp1.000.000
Keranjang Baju	15	Pcs	Rp15.000	Rp225.000
Meja Setrika	1	Pcs	Rp300.000	Rp300.000
Meja Kasir	1	Pcs	Rp250.000	Rp250.000
Timbangan digital	1	Pcs	Rp200.000	Rp200.000
Hanger Baju	5	Pack	Rp25.000	Rp125.000
Gantungan Baju	2	Pcs	Rp100.000	Rp200.000
Jemuran Baju	2	Pcs	Rp200.000	Rp400.000
Motor Operasional	1	Pcs	Rp10.000.000	Rp10.000.000
TOTAL				**Rp48.300.000**

Modal awal Investasi yang dibutuhkan Kurnia Laundry untuk menjalankan bisnis sejumlah Rp 48.300.000 jadi total investasi awal sebesar Rp 48.300.000 untuk pembelian alat dan kendaraan.

Modal Kerja

Bulan Mei 2025 **Biaya Bahan Baku (Deterjen, Pewangi)**			
Keterangan	**Harga Satuan**	**Jumlah**	**Total**
Belanja Minggu 1	Rp324.000	1 Minggu	Rp324.000
Belanja Minggu 2	Rp147.000	1 Minggu	Rp147.000
Belanja Minggu 3	Rp187.000	1 Minggu	Rp187.000
Belanja Minggu 4	Rp274.000	1 Minggu	Rp274.000
Total Biaya Bahan Baku			**Rp932.000**

Biaya Bahan Penolong (Plastik Kemasan Laundry)

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Jenis Plastik	Harga/Pack	Jumlah Pack	Total
Plastik Kresek Kecil	Rp9.000	4 pack	Rp36.000
Plastik Kresek Besar	Rp21.000	2 pack	Rp42.000
Plastik Bening Bedcover	Rp11.000	2 pack	Rp22.000
Plastik Bening 5kg	Rp9.500	4 pack	Rp38.000
Plastik Bening 7kg	Rp21.000	2 pack	Rp42.000
Plastik Bening 10kg	Rp28.000	2 pack	Rp56.000
Selotip	Rp5.000	3 pack	Rp15.000
Total Biaya Bahan Penolong			**Rp251.000**

Biaya Overhead

Komponen	Harga Satuan	Jumlah	Total
Gaji Karyawan	Rp2.000.000	2 orang	Rp4.000.000
Listrik, Air, dan Wifi	Rp400.000	1 bulan	Rp400.000
Bensin dan Perawatan	Rp500.000	1 bulan	Rp500.000
Total Biaya Overhead			**Rp4.900.000**
Sub Total Modal Kerja Bulan Mei 2025			**Rp6.083.000**
Sub Total Modal Kerja 3 Bulan			**Rp18.516.000**

Selama periode tiga bulan operasional (Maret – Mei), Kurnia Laundry yang berjumlah sebesar Rp18.516.000 untuk pengeluaran bahan baku, bahan tambahan, dan biaya operasional. Komponen biaya yang paling besar berasal dari gaji pegawai serta kebutuhan listrik dan air yang termasuk dalam biaya operasional. Meskipun layanan antar-jemput menambah kerja sebesar Rp7.500.000 selama tiga bulan, layanan ini berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pendapatan Penjualan

KOMPONEN	TOTAL
Minggu 1	Rp1.236.900
Minggu 2	Rp1.466.700
Minggu 3	Rp1.907.950
Minggu 4	Rp1.863.000
Total Bulan Maret	**Rp6.474.550**
Minggu 1	Rp962.400
Minggu 2	Rp1.033.200
Minggu 3	Rp1.040.400
Minggu 4	Rp1.862.700

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Total Bulan April	**Rp4.898.700**
Minggu 1	Rp1.587.800
Minggu 2	Rp1.373.500
Minggu 3	Rp1.447.400
Minggu 4	Rp1.491.000
Total Bulan Mei	**Rp5.899.700**
Total Pendapatan 3 Bulan	**Rp28.071.350**

Total pendapatan selama Maret-Mei mencapai Rp 28.071.350.

Harga Pokok Penjualan (HPP)

Bulan	Komponen Biaya	Rincian	Jumlah
Bulan Maret 2025	Bahan Baku	Total Bahan Baku	Rp987.000
	Bahan Penolong	Total Bahan Penolong	Rp274.000
	Biaya Operasional	Total Biaya Operasional	Rp4.900.000
		Total HPP Bulan Maret	**Rp6.161.000**
Bulan April 2025	Bahan Baku	Total Bahan Baku	Rp1.121.000
	Bahan Penolong	Total Bahan Penolong	Rp251.000
	Biaya Operasional	Total Biaya Operasional	Rp4.900.000
		Total HPP Bulan April	**Rp6.272.000**
Bulan Mei 2025	Bahan Baku	Total Bahan Baku	Rp932.000
	Bahan Penolong	Total Bahan Penolong	Rp251.000
	Biaya Operasional	Total Biaya Operasional	Rp4.900.000
		Total HPP Bulan Mei	**Rp6.083.000**
		Total HPP 3 Bulan	**Rp18.516.000**

Selama bulan Maret hingga bulan Mei 2025, Bulan April 2025 mencatat HPP tertinggi sebesar Rp6.272.000, sedangkan bulan Mei 2025 menjadi bulan dengan HPP terendah yaitu Rp6.083.000. Biaya operasional sebesar Rp4.900.000 konsisten menjadi komponen pengeluaran terbesar setiap bulan.

HPP tiga bulan sebesar Rp 18.516.000.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Laba Rugi

Bulan	Pendapatan Penjualan	HPP	Laba Kotor
Maret 2025	Rp6.474.550	Rp6.161.000	Rp313.550
April 2025	Rp4.898.700	Rp6.272.000	**-Rp1.373.300**
Mei 2025	Rp5.899.700	Rp6.083.000	**-Rp183.300**
Total 3 Bulan	Rp17.272.950	Rp18.516.000	**-Rp1.243.050**

Bulan Maret 2025 merupakan satu-satunya bulan dengan laba kotor positif yaitu sebesar Rp313.550, karena pendapatan melebihi HPP. Bulan April dan Mei 2025 mengalami kerugian kotor, amsing-masing sebesar Rp1.373.300 dan Rp183.300, karena HPP lebih tinggi dibandingkan pendapatan. Secara keseluruhan, dalam periode tiga bulan tersebut, Kurnia Laundry mengalami kerugian kotor sebesar Rp1.243.050.

Struktur Permodalan

KOMPONEN	JUMLAH
Modal Investasi	Rp48.300.000
Modal Kerja	Rp18.516.000
Total	Rp66.816.000
Modal Sendiri	100% Modal Pemilik

Struktur dana yang digunakan dalam operasional Kurnia Laundry mencakup investasi awal sebesar Rp48.300.000 dan dana operasional untuk 3 bulan sebesar Rp18.516.000. Oleh karenaitu, total dana yang diperlukan untuk menjalankan usaha Kurnia Laundry selama 3 bulan adalah Rp66.816.000, yang sepenuhnya bersuber dari modal pribadi. 100% berasal dari modal pribadi pemilik usaha.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Payback Period

Payback Period= $\frac{Nilai\ Investasi}{Arus\ Kas} \times 1\ tahun$

Payback Period = Rp 66.816.000 Rp 11.118.000 × 1 tahun

Payback Period=6,01 x 1 tahun

Payback Period= 6 bulan 0 hari

Keterangan:

Kurnia Laundry membutuhkan waktu sekitar 6 bulan untuk memperoleh Kembali investasi awal dari hasil laba operasional.

Usaha diperkirakan bisa balik modal dalam waktu kurang dari 1 tahun dengan strategi efisiensi dan promosi berkelanjutan.

NPV

Rumus *NPV:*

$$NPV = \sum_{t=0}^{n} \frac{R_t}{(1+i)^t}$$

Keterangan:

Rt = Arus kas pada tahun ke-t

r = Tingkat diskon atau Tingkat pengembalian yang diharapkan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

t = Jumlah period waktu

C0 = Investasi awal atau baiaya yang modal di awal

Bulan	Proceeds (Arus Kas)	Discount Factor (DF-5%)	PV Proceed (Present Value)
Maret	Rp11.530.000	0,9524	Rp10.983.412
April	Rp11.469.000	0,9070	Rp10.406.583
Mei	Rp10.355.000	0,8638	Rp8.946.539
Jumlah PV Proceed			**Rp30.336.534**
PV Investasi Awal			**Rp66.816.000**
Net Present Value (NPV)			**–Rp 36.479.466**

NPV digunakan untuk menilai kelayakan investasi usaha Kurnia Laundry secara finansial. Berdasarkan arus kas dari Maret hingga Mei dan tingkat diskon 5%, total nilai sekarang (PV) arus kas yang diperoleh adalah Rp30.336.534, sedangkan investasi awal berjumlah Rp66.816.000. Hasil perhitungan menunjukkan NPV negatif sebesar –Rp36.479.466.

Hal ini berarti bahwa dalam tiga bulan pertama, usaha belum dapat menghasilkan arus kas yang cukup untuk menutup investasi awal. Namun, jika dijalankan selama 1–3 tahun ke depan, Kurnia Laundry masih memiliki potensi keuntungan jangka panjang seiring pertumbuhan usaha.

Manajemen Perubahan dan Inovasi (Tambahan)

Ke depan, Kurnia Laundry akan mengurangi penggunaan plastik dengan mengganti ke kemasan ramah lingkungan seperti tas kain. Inovasi layanan seperti pemesanan via WhatsApp dan sistem pembayaran digital terus dikembangkan. Tujuannya adalah meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, dan menjaga keberlanjutan usaha di era digital yang terus berkembang.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kurnia Laundry merupakan usaha jasa laundry yang memiliki potensi besar untuk berkembang, terutama karena lokasi strategis di lingkungan padat mahasiswa dan pelayanan yang cepat, bersih, serta profesional.

Inovasi layanan seperti antar-jemput cucian dan sistem pembayaran digital (QRIS) meningkatkan kenyamanan pelanggan dan efisiensi operasional. Strategi pemasaran melalui brosur dan kerja sama dengan kos-kosan juga memperluas jangkauan pasar.

Secara finansial, usaha ini mencatat pendapatan Rp28.071.350 dalam tiga bulan, dengan HPP Rp18.516.000 dan kerugian kotor sebesar Rp1.243.050. Meskipun NPV negatif (-Rp36.479.466), Payback Period yang hanya 6 bulan menunjukkan bahwa usaha ini berpeluang balik modal dalam waktu singkat jika dikelola dengan baik.

Kurnia Laundry juga mendukung ekonomi lokal melalui kemitraan dengan UMKM. Dengan jumlah karyawan terbatas, usaha tetap berjalan efektif karena adanya pembagian tugas yang jelas dan pelayanan yang responsif.

Secara keseluruhan, proyek ini memberikan pemahaman praktis dalam mendirikan dan menjalankan usaha, serta memperkuat keterampilan kewirausahaan mahasiswa.

Kurnia Laundry merupakan contoh UMKM yang sukses menggabungkan layanan konvensional dengan inovasi digital. Inisiatif seperti antar jemput cucian, sistem pemesanan digital via WhatsApp, dan pembayaran non-tunai menjadi faktor utama dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Meski menghadapi tantangan dalam kompetisi harga dan perubahan teknologi, usaha ini menunjukan prospek pertumbuhan jangka panjang.

Saran

Untuk pengembangan Kurnia Laundry ke depan, berikut beberapa rekomendasi strategis:

1. Perkuat promosi digital: Manfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Google Maps untuk meningkatkan visibilitas.
2. Tingkatkan efisiensi layanan antar-jemput: Susun manajemen rute agar lebih hemat biaya dan tepat waktu.
3. Gunakan sistem pencatatan keuangan digital: Gunakan aplikasi sederhana seperti Excel untuk mencatat arus kas, laba-rugi, dan neraca.
4. Tambahkan layanan baru: Seperti laundry sepatu, karpet, atau pakaian khusus guna menarik segmen pelanggan baru.
5. Tambah tenaga kerja secara bertahap: Agar dapat mengikuti pertumbuhan usaha tanpa mengurangi kualitas layanan.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

6. Evaluasi rutin bulanan: Untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kelemahan sejak dini.
7. Perkuat hubungan dengan mitra lokal: Terus dukung UMKM lokal sebagai pemasok bahan.
8. Fokus pada kepuasan pelanggan: Kumpulkan feedback dan tawarkan program loyalitas atau layanan keluhan 24 jam untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

Siregar, H. M., Rohima, R., Fahani, T. A., Zaenab, Z., & Hayati, F. (2025). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Laundry Dalam Menghadapi Persaingan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, *18*(1), 919-924.

Raysharie, P. I., Harto, B., Judijanto, L., Apriyanto, A., Riyanto, J., Gumilang, R. R., ... & Kusumastuti, S. Y. (2025). *UMKM: Pengelolaan usaha dari Kecil menjadi besar*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Saputri, O. B. (2020). Preferensi konsumen dalam menggunakan quick response code indonesia standard (qris) sebagai alat pembayaran digital. *Journals of Economics and Business Mulawarman*, *17*(2), 237-247.

Siregar, Z. A., Yolanda, C., Butarbutar, C. W. N., Chaira, T. M. I., Prayogi, O., & Tanjung, O. M. (2024). Sosialisasi Dan Edukasi Qr Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Aplikasi Pembayaran Non Tunai Pada Generasi Milenial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tjut Nyak Dhien*, *3*(2), 26-34.

Haribowo, S. F., Wibowo, I. J. F. S., Rahayu, W. P., & Winarno, A. (2025). Inovasi dan Kreativitas, Kunci dari Kesuksesan Kewirausahaan. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, *4*(2), 127-137.

Setyaningsih, S., & Murwatiningsih, M. (2017). Pengaruh Motivasi, Promosi dan Citra Destinasi pada Kepuasan Pengunjung melalui Keputusan Pengunjung. *Management Analysis Journal*, *6*(2), 123-133.

Herjanto, E. (2007). *Manajemen Operasi (Edisi 3)*. Grasindo.

Rusdiana, A. (2014). Manajemen operasi.

Ainiyah, N., Kurniawan, R., Irfandi, A. S., Trihantoyo, S., & Sholeh, M. (2025). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Produktivitas Organisasi. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, *5*(3), 1296-1310.

Dessler, G. (2015). Human Resources Management (Manajemen Sumber Daya Manusia). *Edisi Empat Belas, Bahasa Indonesia. Jakarta: Indeks*.

Adhi, D. K., Martoatmodjo, G. W., Mutoharoh, M., Nurhayati, E., Suparwati, Y. K., Oktaviani, N. F., ... & Wahyuningsih, P. (2024). Manajemen Kuangan.

Mulyanti, D. (2017). Manajemen keuangan perusahaan. *Akurat| Jurnal Ilmiah Akuntansi FE UNIBBA*, *8*(2), 62-71.

Astutiek, D., Angesti, D., Kom, S., Prasetyorini, M. D. A., & KM, S. (2025). *PERILAKU ORGANISASI DALAM MANAJEMEN PERUBAHAN DI ERA DIGITAL*.

Putri, B. A., & Ali, H. (2025). Pengaruh Inovasi, Kepemimpinan dan Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, *3*(1), 21-28.

repository.stieykpn.ac.id