

PENGEMBANGAN BISNIS DOC LAUNDRY BATAM

Maswita Giawa¹, Ganda Sirait²

¹Teknik Industri, Universitas Putera Batam

²Teknik Industri, Universitas Putera Batam

email: pb200410078@upbatam.ac.id

ABSTRACT

This research aims to examine the business development of laundry services in Batam, focusing on Doc Laundry. The main issue identified is to enhance operational efficiency and marketing through SWOT analysis. The research methods include literature review, qualitative and quantitative data collection, and SWOT analysis to identify business strengths, weaknesses, opportunities, and threats. Findings indicate potential for increased use of social media and digital payment as opportunities, alongside threats from competitors employing similar marketing strategies. Business development recommendations based on SWOT analysis are proposed to enhance competitiveness and efficiency in the laundry business in Batam. This study is expected to contribute to the development of SMEs in the laundry service sector.

Keywords: *Business Development, Laundry Services, SWOT Analysis.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan gaya hidup modern telah mengubah prioritas masyarakat dalam mengelola waktu antara pekerjaan dan urusan rumah tangga. Salah satu kebutuhan sehari-hari yang sering terkendala adalah mencuci pakaian, mendorong banyak orang untuk beralih ke jasa laundry. Fenomena ini telah menciptakan peluang bisnis yang menjanjikan, terutama di daerah perkotaan seperti Kota Batam). DOC Laundry, berdiri sejak 2023 di Kota Batam, merupakan salah satu usaha yang memanfaatkan peluang ini. Meskipun mengalami peningkatan pendapatan setiap tahun, DOC Laundry menghadapi beberapa permasalahan utama seperti keterbatasan sumber daya manusia dengan hanya satu karyawan, penggunaan teknologi yang relatif lama

(mesin cuci semi otomatis), strategi pemasaran yang terbatas pada metode dari mulut ke mulut, dan persaingan yang semakin ketat dengan munculnya laundry-laundry baru.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk mengembangkan strategi bisnis yang efektif bagi DOC Laundry dalam menghadapi persaingan dan kendala operasional. Studi kelayakan bisnis menjadi krusial untuk mengidentifikasi potensi hambatan dan risiko, serta merumuskan strategi pengembangan yang tepat. Penelitian terdahulu oleh Asro (2023) menunjukkan bahwa analisis SWOT dan pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja bisnis laundry. Studi tersebut mencatat bahwa XiLaundry berhasil mencapai omzet bulanan sebesar Rp 6.570.800 dengan laba bersih sekitar Rp

2.743.800 per bulan setelah mengimplementasikan strategi berbasis online. Hal ini menunjukkan potensi signifikan dalam pengembangan bisnis laundry melalui strategi yang tepat (Asro, 2023).

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kelayakan pengembangan bisnis DOC Laundry dari berbagai aspek (manajemen, teknis, pemasaran, dan keuangan) serta merumuskan strategi pengembangan bisnis yang efektif untuk DOC Laundry. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini akan menggunakan pendekatan studi kelayakan bisnis yang komprehensif, meliputi analisis SWOT dan evaluasi aspek-aspek bisnis kritis. Metode pengumpulan data akan melibatkan observasi langsung, wawancara dengan pemilik dan karyawan, serta analisis dokumen keuangan dan operasional DOC Laundry.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis untuk pengembangan bisnis DOC Laundry, serta berkontribusi pada literatur pengembangan bisnis skala kecil dan menengah di Indonesia, khususnya dalam konteks kota industri seperti Batam. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan bermanfaat bagi DOC Laundry, tetapi juga dapat memberikan wawasan berharga bagi pelaku usaha sejenis di industri laundry..

KAJIAN TEORI

2.1 Pengembangan Bisnis

Pengembangan bisnis merupakan proses yang melibatkan perencanaan, implementasi, dan evaluasi strategi untuk meningkatkan pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang suatu perusahaan. Hisrich, Peters, dan Shepherd menjelaskan

bahwa pengembangan bisnis mencakup identifikasi peluang baru, pengelolaan hubungan pelanggan, dan penyusunan strategi efektif untuk ekspansi pasar serta peningkatan profitabilitas ((Pradipta et al., 2023)

Pengembangan bisnis sebagai upaya perusahaan untuk meningkatkan kinerja melalui perbaikan fitur produk dan jasa, inovasi, penetrasi pasar baru, serta kolaborasi dengan pihak lain. Sementara itu, Margeta Nelke menekankan bahwa pengembangan bisnis adalah aktivitas krusial bagi manajer dan anggota tim organisasi untuk memastikan nilai dan manfaat bisnis tersampaikan secara optimal (Irvan Setyawan et al., 2022).

2.2 Strategi Bisnis

Strategi bisnis merupakan rencana atau pendekatan yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang, meningkatkan daya saing, dan menciptakan nilai tambah bagi pemangku kepentingan. Johnson, Scholes, dan Whittington berpendapat bahwa strategi bisnis meliputi keputusan dan tindakan yang diperlukan untuk mencapai keunggulan kompetitif dan mempertahankan pertumbuhan berkelanjutan (Lestari & Hertati, 2020).

Terdapat beberapa jenis strategi bisnis yang dapat diterapkan, di antaranya strategi diferensiasi, strategi biaya rendah, dan strategi fokus. Strategi diferensiasi berfokus pada pengembangan produk atau layanan unik, strategi biaya rendah bertujuan menjadi produsen dengan biaya terendah di industri, sedangkan strategi fokus memusatkan perhatian pada segmen pasar tertentu (Pradipta et al., 2023).

2.3 Industri Laundry

Industri laundry adalah sektor yang bergerak dalam bidang jasa

pencucian dan penyediaan pakaian bersih. Layanan ini mencakup pencucian, pengeringan, dan penyetrikaan pakaian untuk individu, rumah tangga, dan industri lainnya. (Mangedong & Prayitno, 2023) menjelaskan bahwa seiring perkembangan zaman, jasa laundry telah berkembang dari proses manual menjadi layanan yang memanfaatkan teknologi mesin cuci modern .

Proses bisnis laundry umumnya meliputi beberapa tahapan, yaitu pre-washing (pemilahan dan penanganan noda), washing (pencucian dengan detergen dan mesin cuci), drying (pengeringan), pressing (penyetrikaan), dan finishing (pengemasan) . Rukacana J (2021) menambahkan bahwa terdapat berbagai jenis mesin cuci yang digunakan dalam industri laundry, seperti mesin cuci bukaan atas dan bukaan depan, yang masing-masing memiliki karakteristik dan keunggulan tersendiri (Pradipta et al., 2023).

Model bisnis dalam industri laundry juga beragam, meliputi laundry kiloan, laundry satuan, laundry koin, laundry online, dan dry cleaning. Masing-masing model memiliki segmen pasar dan keunggulan tersendiri dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam (Pradipta et al., 2023).

2.4 Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis SWOT

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan alat yang efektif untuk mengukur kelayakan bisnis dan merancang strategi pengembangan. Soegihin (2021) dalam penelitiannya tentang strategi pengembangan usaha jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru, menemukan bahwa analisis SWOT dapat membantu mengidentifikasi posisi bisnis dan merumuskan strategi yang tepat .

Hasil analisis SWOT dapat digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis. Misalnya, strategi ST (Strength-Threats) yang memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk mengatasi ancaman eksternal. Fathoni (2021) menyarankan bahwa usaha laundry dapat meningkatkan kemampuan manajemen dan meminimalkan biaya penjualan untuk mengatasi tantangan dalam penentuan harga pasar dan persaingan (Soegihin et al., 2021).

Lubis et al. (2023) dalam penelitiannya tentang analisis kelayakan bisnis pada usaha Erina Laundry di Pekanbaru, menekankan pentingnya mengembangkan strategi pemasaran yang optimal dan memperhatikan aspek finansial untuk memastikan kelangsungan usaha. Mereka menggunakan analisis SWOT untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat, serta berbagai metode analisis finansial seperti Payback Period, Net Present Value, dan Profitability Index (Lubis et al., 2023).

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengembangan bisnis laundry memerlukan pendekatan yang komprehensif, melibatkan analisis berbagai aspek seperti pasar, teknis, manajemen, hukum, keuangan, dan lingkungan. Sudiartini et al., (2021) dalam studi kelayakan bisnis pada usaha Sari Merta Laundry, menemukan bahwa analisis aspek non-finansial dan finansial, dikombinasikan dengan analisis SWOT, dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang kelayakan dan strategi pengembangan bisnis laundry.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode campuran

kualitatif dan kuantitatif untuk menganalisis pengembangan bisnis DOC Laundry di Batam.

Tahapan penelitian meliputi :

1. Observasi awal

Tahap ini melibatkan pengamatan langsung terhadap situasi dan kondisi bisnis DOC Laundry di lapangan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan gambaran umum mengenai operasional, lingkungan, serta permasalahan yang dihadapi bisnis ini.

2. Pengumpulan data

Pada tahap ini, data yang dibutuhkan untuk penelitian dikumpulkan melalui berbagai metode seperti wawancara mendalam, kuesioner, observasi langsung, dan dokumentasi. Data ini mencakup informasi keuangan, operasional, manajemen, dan strategi pemasaran DOC Laundry.

3. Analisis data

Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dilakukan dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisnis. Analisis kuantitatif melibatkan perhitungan Payback Period (PP), Average Rate of Return (ARR), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Profitability Index (PI) untuk menilai kinerja finansial bisnis.

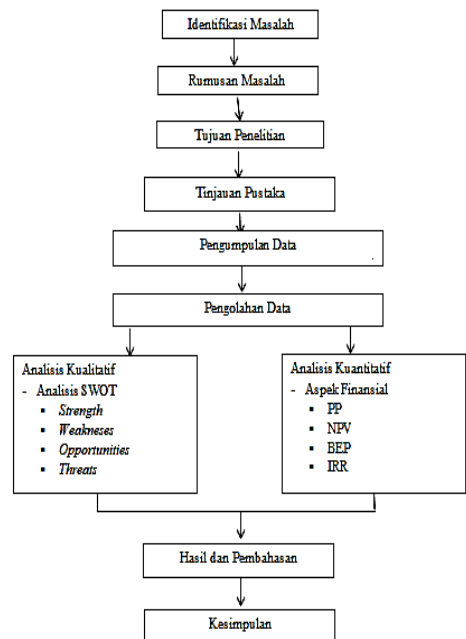
4. Penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil analisis data, peneliti menarik kesimpulan mengenai kelayakan dan potensi pengembangan bisnis DOC Laundry. Kesimpulan ini juga mencakup rekomendasi strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi masalah dan memanfaatkan peluang yang ada, serta peningkatan aspek-aspek bisnis yang krusial.

Lokasi penelitian adalah DOC Laundry yang terletak di Jalan Komp Ruko Polaris Sakti Blok A no 3, Kota Batam.

Variabel penelitian terdiri dari variabel independen (X) yang mencakup aspek keuangan, produksi, manajemen, dan hukum dalam bisnis laundry, serta variabel dependen (Y) yang merupakan pengembangan bisnis. Populasi penelitian adalah bisnis DOC Laundry Batam, dengan sampel yang menggunakan teknik sampling jenuh, dimana seluruh populasi dijadikan sampel.

Rancangan penelitian ini menggunakan desain studi kasus dengan pendekatan campuran untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang pengembangan bisnis DOC Laundry di Batam



Gambar 1. Desain Penelitian (Sumber: Data Penelitian, 2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.2 Hasil

DOC Laundry adalah usaha jasa pencucian pakaian yang berlokasi di Jodoh, Batam. Berdiri sejak 10 April 2023, usaha ini memanfaatkan peluang pasar di wilayah yang padat penduduk dan dekat dengan pusat kegiatan seperti pasar, sekolah, dan perkantoran, usaha ini memanfaatkan peluang pasar di wilayah yang padat penduduk dan dekat dengan pusat kegiatan seperti pasar, sekolah, dan perkantoran.



Gambar 1. Logo Doc Laundry

DOC Laundry menawarkan berbagai jenis layanan dengan harga yang berbeda berdasarkan waktu pengerjaan, mulai dari cuci komplit dengan tarif Rp 8.000/kg untuk layanan reguler hingga Rp 16.000/kg untuk layanan kilat. Usaha ini dilengkapi dengan peralatan utama seperti 2 unit mesin cuci LG Inverter Directdrive WD-M.8070TD, 1 unit mesin pengering Electrolux RD62155W, 1 unit setrika uap boiler 15Ltr dengan 2 kepala setrika, dan 2 unit etalase kaca. Dengan jam operasional selama 10 jam per hari (07.30 - 17.30 WIB), DOC Laundry melayani rata-rata pelanggan dari empat kecamatan terdekat. Segmentasi pasar utama mencakup ibu-ibu pekerja di perumahan sekitar, mahasiswa, karyawan, dan masyarakat umum, dengan total potensi pasar dari berbagai tempat seperti Hotel dan Kost Jodoh

Centre, Perum Jodoh Permai, Perum Sumber Agung Jodoh, DC Mall, dan pertokoan serta ruko di Jodoh Centre, mencapai 1.947 orang.

1. Analisis Kelayakan Usaha

a. Net Present Value (NPV)

Penghitungan NPV berdasarkan discount rate 25% yang berasal dari besarnya MARR yang perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} MARR &= \text{Suku Bunga} + \text{Faktor Resiko} \\ &\quad + \text{Faktor Inflasi MARR} \\ &= 10\% + 5\% + 10\% \\ MARR &= 25\% \end{aligned}$$

Dengan discount rate 25%, NPV dihitung sebagai berikut:

Tabel 1. Perhitungan NPV

Tahun	Proceeds	DF 25%	PV Proceeds
1	58.856.296	0,83	37.085.037
2	55.379.296	0,64	35.442.749
3	51.554.596	0,51	26.395.953
4	47.347.426	0,4	19.393.506
Total PV Proceeds			128.317.245
PV Outlays			65.812.000

Sumber : data penelitian, 2024

NPV positif menunjukkan bahwa investasi ini layak dilakukan karena dapat memberikan keuntungan sebesar Rp 62.505.245 selama periode investasi.

b. Payback Period (PP)

Payback Period mengukur waktu yang diperlukan untuk mengembalikan investasi awal dari aliran kas tahunan yang dihasilkan oleh proyek tersebut. Berdasarkan perhitungan, PP untuk DOC Laundry adalah sebagai berikut

$$\begin{aligned} PP &= \text{Investasi Awal} / \text{Annual Cash Inflow} \\ &= 65.812.000 / 53.284.404 \\ &= 1,24 \text{ tahun} \end{aligned}$$

Investasi awal sebesar Rp 65.812.000 akan kembali dalam waktu 1,24 tahun melalui aliran kas tahunan sebesar Rp



53.284.404 yang dihasilkan oleh DOC Laundry.

c. *Profitability Index (PI)*

PI dihitung dengan membandingkan nilai kini (PV) dari penerimaan yang diharapkan dengan nilai kini dari pengeluaran investasi. Dalam kasus DOC Laundry, PI dihitung sebagai berikut:

$$PI = PV \text{ proceeds} / PV \text{ outlays}$$

$$PI = 128.317.245 / 65.812.000$$

$$PI = 1,95$$

Interpretasi dari hasil ini adalah bahwa setiap Rp 1 yang diinvestasikan dalam bisnis DOC Laundry akan menghasilkan Rp 1,95. Karena $PI > 1$, ini menunjukkan bahwa bisnis ini menguntungkan dan layak untuk diinvestasikan.

d. *Internal Rate of Return (IRR)*

Internal Rate of Return (IRR) adalah salah satu metode analisis investasi yang digunakan untuk mengevaluasi kelayakan proyek atau bisnis

Tabel 2 Perhitungan IRR

	Selisih Tingkat Bunga	Selisih PV	Selisih PV of proceeds dan outlays
	49%	66.036.764	66.036.764
	50%	65.389.345	65.812.000
Selisi h	1%	223.764	224.764

Sumber : data penelitian,2024

Dalam analisis ini, melalui metode interpolasi, diperoleh IRR sebesar 49,99%. Nilai IRR yang lebih tinggi dari Minimum Attractive Rate of Return (MARR) sebesar 25% menunjukkan bahwa tingkat pengembalian internal bisnis ini sangat baik, sehingga investasi pada DOC Laundry diharapkan memberikan keuntungan yang signifikan

di atas tingkat pengembalian minimum yang diinginkan.

2. *Strategi Pengembangan Bisnis*

Strategi pengembangan bisnis DOC Laundry mencakup tiga aspek utama yang saling terintegrasi.

a. Pada aspek produksi, perusahaan menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ketat untuk menjamin konsistensi kualitas layanan, serta menjalin kerjasama strategis dengan laundry lain untuk mengatasi lonjakan permintaan atau layanan khusus.

b. Dari segi pemasaran, DOC Laundry memanfaatkan berbagai platform digital seperti website, media sosial (Facebook, Instagram), dan WhatsApp Business untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan, ditambah dengan layanan antar-jemput yang memberikan nilai tambah.

c. Sementara itu, aspek keuangan diperkuat melalui implementasi sistem pembukuan ganda (manual dan otomatis) untuk meningkatkan akurasi dan kontrol keuangan, serta diversifikasi metode pembayaran yang mencakup opsi tunai dan non-tunai (transfer bank, e-wallet) guna memudahkan transaksi pelanggan. Integrasi ketiga aspek ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

3. *Analisis SWOT*

Kekuatan (Strengths) utama DOC Laundry terletak pada lokasi strategisnya di area padat penduduk, yang memudahkan akses pelanggan.

Ditunjang dengan peralatan modern dan berkualitas, bisnis ini dapat menjamin kualitas layanan yang konsisten. Layanan antar-jemput menjadi nilai tambah yang meningkatkan daya saing. Namun, sebagai bisnis baru, DOC Laundry menghadapi kelemahan (Weakneses) berupa belum adanya basis pelanggan loyal dan modal yang terbatas untuk ekspansi cepat. Ini dapat menghambat pertumbuhan jangka pendek dan kemampuan bersaing dengan kompetitor yang lebih mapan.

Peluang (Opportunities) signifikan muncul dari pertumbuhan populasi di area sekitar, yang berpotensi memperluas basis pelanggan. Tren peningkatan gaya hidup praktis di masyarakat perkotaan juga sejalan dengan jasa yang ditawarkan DOC Laundry.

Ancaman (Threats) utama berasal dari persaingan dengan laundry yang sudah ada dan memiliki basis pelanggan tetap. Fluktuasi harga bahan baku seperti deterjen dan listrik juga dapat mempengaruhi profitabilitas bisnis.

4.2 Pembahasan

Analisis kelayakan finansial DOC Laundry menunjukkan prospek yang menjanjikan untuk pengembangan usaha. Net Present Value (NPV) positif sebesar Rp 62.505.245 mengindikasikan bahwa investasi ini berpotensi menghasilkan keuntungan signifikan selama periode investasi. Payback Period (PP) yang relatif singkat, yaitu 1,24 tahun, menunjukkan efisiensi pengembalian modal yang menguntungkan untuk skala usaha kecil menengah. Profitability Index (PI) sebesar 1,95 menegaskan bahwa setiap rupiah yang diinvestasikan berpotensi menghasilkan pengembalian yang substansial. Internal Rate of Return (IRR)

sebesar 49,99%, yang jauh melampaui Minimum Attractive Rate of Return (MARR) 25%, mengindikasikan tingkat pengembalian internal yang sangat kompetitif.

Dari perspektif pasar, DOC Laundry memiliki potensi yang signifikan dengan basis pelanggan potensial mencapai 1.947 orang di area sekitar. Diversifikasi segmentasi pasar yang mencakup pekerja, mahasiswa, dan karyawan menunjukkan strategi yang efektif dalam meminimalisir risiko ketergantungan pada satu segmen pasar tertentu. Strategi pengembangan bisnis yang diimplementasikan mendemonstrasikan pendekatan yang komprehensif dan berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang. Fokus pada kualitas layanan melalui implementasi Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ketat berpotensi membangun reputasi yang solid di pasar. Pemanfaatan media digital dalam strategi pemasaran sejalan dengan tren konsumen kontemporer, sementara sistem keuangan ganda meningkatkan akurasi dan kontrol yang esensial bagi pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Analisis SWOT mengungkapkan bahwa DOC Laundry memiliki kekuatan kompetitif yang signifikan, terutama dalam hal lokasi strategis dan peralatan modern. Kelemahan yang diidentifikasi, seperti status sebagai bisnis baru, dapat diatasi melalui implementasi strategi pemasaran yang agresif dan fokus pada layanan pelanggan yang unggul. Peluang pertumbuhan yang teridentifikasi, termasuk ekspansi populasi dan tren gaya hidup praktis, sejalan dengan proposisi nilai DOC Laundry. Untuk mengatasi ancaman persaingan, diferensiasi layanan dan fokus pada kualitas dapat menjadi strategi mitigasi

yang efektif. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa DOC Laundry memiliki fondasi yang kuat untuk pertumbuhan dan potensi untuk membangun posisi yang kompetitif di pasar laundry Batam.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan terhadap pengembangan bisnis DOC Laundry di Batam, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang relevan dengan tujuan penelitian:

1. Kelayakan Finansial: Analisis kelayakan finansial menunjukkan bahwa DOC Laundry layak untuk dikembangkan. Hal ini dibuktikan dengan Net Present Value (NPV) positif sebesar Rp 62.505.245, Payback Period (PP) 1,24 tahun, Profitability Index (PI) 1,95, dan Internal Rate of Return (IRR) 49,99% yang melebihi Minimum Attractive Rate of Return (MARR). Hasil ini mengindikasikan bahwa investasi pada DOC Laundry berpotensi memberikan keuntungan yang signifikan dan pengembalian modal yang relatif cepat.
2. Potensi Pasar: Penelitian mengidentifikasi potensi pasar yang substansial, dengan basis pelanggan potensial mencapai 1.947 orang di area sekitar lokasi DOC Laundry. Diversifikasi segmentasi pasar yang mencakup pekerja, mahasiswa, dan karyawan menunjukkan peluang pertumbuhan yang baik dan meminimalisir risiko ketergantungan pada satu segmen pasar.
3. Strategi Pengembangan: Strategi pengembangan bisnis DOC Laundry yang meliputi implementasi SOP

untuk menjaga kualitas, pemanfaatan media digital untuk pemasaran, dan sistem keuangan ganda untuk kontrol yang lebih baik, dinilai efektif dan sejalan dengan tren pasar serta kebutuhan konsumen modern.

4. Analisis SWOT: Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa DOC Laundry memiliki kekuatan kompetitif dalam hal lokasi strategis dan peralatan modern. Meskipun menghadapi tantangan sebagai bisnis baru, peluang pertumbuhan yang teridentifikasi, seperti ekspansi populasi dan tren gaya hidup praktis, memberikan prospek positif untuk pengembangan bisnis.
5. Rekomendasi Pengembangan: Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar DOC Laundry fokus pada diferensiasi layanan, peningkatan efisiensi operasional, dan pengembangan loyalitas pelanggan untuk membangun posisi yang kuat di pasar laundry Batam.

DAFTAR PUSTAKA .

- Asro, I. I. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Laundry Berbasis Online. *Hospitals*, 27(6 :2), 397–400.
- Irvan Setyawan, Dadan Umar Daihani, & Imam Kisowo. (2022). Pengembangan Model Bisnis UMKM VIA laundry and Shop dengan Pendekatan Design Thinking pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknik Industri*, 12(3), 247–257. <https://doi.org/10.25105/jti.v12i3.15656>
- Lestari, R., & Hertati, L. (2020). Bagaimana Pengaruh Strategi



- Bisnis, Kekuatan Produk Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Manajemen: Studi Kasus Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *Kajian Akuntansi*, 21(1), 01–16.
<https://doi.org/10.29313/ka.v21i1.5675>
- Lubis, F. S., Umam, M. I. H., & Nabila, S. (2023). Analisis Kelayakan Bisnis Pada Usaha Erina Laundry. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 9(1), 186.
<https://doi.org/10.24014/jti.v9i1.22331>
- Mangedong, D., & Prayitno, G. (2023). Perancangan Sistem Informasi Layanan Usaha Laundry Menggunakan Metode SDLC. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 12(2), 671–682.
- Pradipta, A., Mulyadi, & Amang, A. (2023). *Strategi Pengembangan Bisnis* (Issue May).
- Soegihin, A., Anuar, K., Program, M., Teknik, S., Mesin, D. T., Teknik, F., & Riau, U. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Jasa Laundry Sepatu Di Kota Pekanbaru. *Jom FTEKNIK*, 8(1), 1–7.
- Sudartini, N. W. A., Astari, A. A. E., Laksmi, N. P. A. D., & Damayanti, N. L. P. (2021). Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Sari Merta Laundry DI Desa Guwang Kecamatan Sukawati. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 6(2), 116–142.
<https://doi.org/10.30736/jpensi.v6i2.653>

	<p>Biodata Penulis pertama, Maswita Giawa merupakan mahasiswa Prodi Teknik Industri Universitas Putera Batam.</p>
	<p>Biodata Penulis kedua, Ganda Sirait, S.Si.,M.SI merupakan Dosen Prodi Teknik Industri Universitas Putera Batam.</p>