

## **Analisa Faktor Internal dan Perencanaan Operasional pada Bisnis Plan Swipewash Marketplace untuk Layanan Laundry**

**Tasya Yultavera<sup>1</sup>, Dimas Angga Negoro<sup>2</sup>, Unggul Kustiawan<sup>3</sup>, Ferryal Abadi<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Magister Manajemen, Universitas Esa Unggul, Jakarta, Indonesia

Email: <sup>1</sup>tasyayultabera6@gmail.com, <sup>2</sup>dimas.negoro@esaunggul.ac.id, <sup>3</sup>unggul.kustiawan@esaunggul.ac.id, <sup>4</sup>ferryal.abadi@esaunggul.ac.id

### **Abstrak**

Industri *e-commerce* di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, didukung oleh populasi besar, kelas menengah yang terus berkembang, dan penetrasi internet yang meningkat. Pada tahun 2023, nilai transaksi *e-commerce* Indonesia mencapai USD 62 miliar, dengan jumlah pengguna yang diproyeksikan mencapai 99,1 juta pada tahun 2029. Potensi ini mendorong peluang baru, termasuk layanan kebutuhan sehari-hari seperti laundry, *bag spa*, dan *shoe spa*. Dalam masyarakat urban yang sibuk, layanan ini menjadi kebutuhan penting. Platform digital dapat memberikan solusi dengan kemudahan akses, transparansi, dan efisiensi bagi konsumen. Pelanggan menghadapi tantangan seperti kekhawatiran terhadap keamanan barang, kesulitan dalam membandingkan harga, dan keterbatasan waktu operasional. Dalam menganalisis faktor internal, SwipeWash menggunakan pendekatan strategis untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang untuk meningkatkan daya saing di industri layanan laundry berbasis *e-commerce*. Analisis permintaan pelanggan menjadi fokus utama dalam memahami kebutuhan pasar yang terus berkembang. SwipeWash menawarkan layanan yang menjamin keamanan barang pribadi pelanggan, memberikan kemudahan dalam perbandingan harga, serta memastikan kenyamanan dengan layanan yang tersedia dua puluh empat jam setiap hari.

**Kata Kunci:** Laundry, Analisa Interanal, Operasional.

### **Abstract**

*The e-commerce industry in Indonesia is experiencing rapid growth, supported by a large population, a growing middle class, and increasing internet penetration. In 2023, Indonesia's e-commerce transaction value will reach USD 62 billion, with the number of users projected to reach 99.1 million by 2029. This potential drives new opportunities, including daily necessities such as laundry, bag spa, and shoe spa. In a busy urban society, these services are an important need. Digital platforms can provide solutions with easy access, transparency, and efficiency for consumers. Customers face challenges such as concerns about the safety of goods, difficulty in comparing prices, and limited operational hours. In analyzing internal factors, SwipeWash uses a strategic approach to identify the company's strengths and weaknesses and opportunities to increase competitiveness in the e-commerce laundry service industry. Customer demand analysis is the main focus in understanding the growing market needs. SwipeWash offers services that guarantee the safety of customers' personal belongings, provide ease of price comparison, and ensure comfort with services available 24 hours a day.*

**Keywords:** Laundry, Internal Analysis, Operational.

## **1. PENDAHULUAN**

Potensi pasar *e-commerce* di Indonesia sangatlah besar. Dengan populasi yang besar dan kelas menengah yang terus berkembang, peluang untuk menjangkau konsumen baru dan meningkatkan pangsa pasar sangat terbuka lebar. Selain itu, adanya dukungan pemerintah terhadap pengembangan ekonomi digital juga menjadi angin segar bagi

pelaku bisnis e-commerce. Hal ini tercermin dari berbagai inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan infrastruktur digital dan mempermudah akses masyarakat terhadap internet. Laporan Daily Economic & Market Bank Mandiri mengindikasikan bahwa sebagai pemimpin pasar e-commerce di Asia Tenggara, Indonesia mencatatkan nilai transaksi mencapai USD 62 miliar pada tahun 2023. Pertumbuhan ini didorong oleh beberapa faktor, diantaranya meningkatnya penetrasi internet, pertumbuhan kelas menengah, dan preferensi konsumen yang bergeser ke arah digital. Dengan jumlah pengguna e-commerce yang diperkirakan mencapai 78,21 juta jiwa pada tahun 2023, potensi pasar ini masih sangat terbuka lebar. Selain itu, dukungan pemerintah terhadap pengembangan ekonomi digital juga semakin memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat e-commerce di Kawasan (Banerji & Singh, 2024; Mulyono, 2014; Rehatalanit, 2021)

Melalui platform e-commerce, layanan-layanan ini memiliki peluang besar untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efisien. E-commerce memungkinkan konsumen untuk dengan mudah memesan layanan laundry atau spa barang mereka tanpa harus keluar rumah, sangat relevan dengan preferensi masyarakat saat ini yang mengutamakan kenyamanan dan kemudahan. Selain itu, integrasi teknologi dalam proses bisnis juga memungkinkan penyedia layanan untuk memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pelanggan, seperti fitur penjadwalan online, pelacakan status pesanan, hingga pembayaran digital. Lembaga Statista menunjukkan pasar laundry online di Indonesia diproyeksikan mencapai USD 1 miliar pada tahun 2025. Konsumen menginginkan kemudahan dalam memesan dan mengakses layanan laundry tanpa harus keluar rumah (Arum & Aini, 2019; Mauliddiyah, 2021; Palulun et al., 2024)(Rossanty et al., 2023; Sudiartini et al., 2021)

Dengan memanfaatkan momentum pertumbuhan e-commerce di Indonesia, bisnis ini dapat menjawab kebutuhan pasar yang terus berkembang sambil menciptakan diferensiasi melalui layanan yang inovatif dan berkualitas. Dukungan pemerintah terhadap ekonomi digital juga memberikan prospek positif bagi pengembangan bisnis ini di masa mendatang. Oleh karena itu, membangun platform e-commerce khusus layanan laundry, bag spa, shoe spa, serta jasa perbaikan tas dan sepatu adalah langkah strategis untuk menangkap peluang besar dalam pasar yang terus bertumbuh ini (Asro et al., 2023; Ismail & Suwandi, 2020; Wicaksono, 2022).

Posisi awal e-commerce SwipeWash akan didirikan di Kabupaten Tangerang, yang dipilih berdasarkan analisis kebutuhan pasar melalui survei kuesioner yang kami lakukan kepada responden di wilayah Jabodetabek, khususnya Tangerang. Tangerang, sebagai salah satu kota industri terbesar di Indonesia, memiliki populasi dengan gaya hidup sibuk dan mobilitas tinggi. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Banten, Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang memiliki jumlah tenaga kerja tertinggi (Dewi et al., 2023; Lubis et al., 2023).

Berdasarkan survei, mayoritas masyarakat Tangerang menunjukkan bahwa 74% responden menganggap layanan laundry sebagai kebutuhan penting, dengan 78% diantaranya merupakan pengguna tetap. Selain itu, 80% responden membutuhkan layanan antar jemput, sementara 90% mengapresiasi transparansi status cucian. Data ini mencerminkan gaya hidup masyarakat Tangerang yang mengutamakan efisiensi dan kenyamanan, menjadikan SwipeWash memiliki peluang besar untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Survei juga mengungkap bahwa 62% pelaku usaha laundry di Tangerang telah menyediakan layanan antar jemput, meskipun 66% masih menghadapi tantangan dalam pengelolaannya. Dengan menawarkan layanan inovatif seperti bag spa, shoe spa, perbaikan tas dan sepatu, serta integrasi digital, SwipeWash dapat menjadi solusi praktis (Aditya et al., 2025; Fathoni et al., 2021).

Melalui platform SwipeWash, masyarakat dapat mengakses layanan ini secara mudah dan cepat, tanpa mengganggu kesibukan mereka. Potensi pasar di kota ini sangat besar karena layanan yang ditawarkan SwipeWash sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat urban di kawasan ini. Dengan dukungan infrastruktur digital yang semakin baik di Tangerang, serta tingginya tingkat adopsi teknologi oleh penduduknya, SwipeWash memiliki peluang besar untuk sukses dan berkembang di tahap awal operasinya.

Tujuan penelitian ini engidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor internal yang mempengaruhi perencanaan operasional bisnis Swipewash Marketplace sebagai layanan laundry digital, memahami bagaimana sumber daya manusia, proses operasional, dan kapabilitas teknologi berkontribusi dalam pengembangan rencana operasional yang efektif dan menyusun rekomendasi strategis guna meningkatkan efisiensi operasional dan keberhasilan bisnis Swipewash Marketplace dalam menghadapi tantangan internal dan pasar.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitiannya dilakukan dengan metode penelitian deskriptif. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian yaitu dengan kuesioner sebagai instrumen untuk menjawab serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden.

### 1. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

#### a. Data Primer:

- 1) Wawancara mendalam dengan pendiri/owner SwipeWash, karyawan, dan beberapa pelanggan potensial.
- 2) Observasi langsung terhadap operasional laundry dan proses antar-jemput.

#### b. Data Sekunder:

- 1) Studi literatur terkait manajemen operasional, teori strategi kompetitif (Grant, 2010), dan bisnis laundry.
- 2) Dokumen internal (rencana bisnis, SOP, proyeksi keuangan).
- 3) Data eksternal (tren industri laundry di Indonesia, laporan e-commerce, serta referensi dari artikel dan jurnal).

### 2. Metode Analisis Data

Analisis dilakukan dengan beberapa tahap:

- a. Analisis Perencanaan Operasional: Menggunakan kerangka manajemen operasional (input–process–output) untuk merancang model layanan laundry berbasis marketplace.
- b. Analisis Deskriptif: Menyajikan hasil wawancara dan observasi untuk menggambarkan realitas operasional bisnis.

### 3. Keabsahan Data

Untuk menjaga validitas data, digunakan teknik triangulasi sumber dan metode, yaitu membandingkan informasi dari wawancara, observasi, dan dokumen, serta melibatkan cross-check antara data primer dan sekunder.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Framework Analisis Faktor Internal

Dalam membangun *competitive advantages* SwipeWash menyusun strategi dengan melibatkan proses aktivitas yang didukung oleh berbagai faktor internal untuk dapat menemukan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Berdasarkan kepentingan untuk

keberlangsungan perusahaan tersebut, maka SwipeWash melakukan analisis internal perusahaan dengan menggunakan *framework* pada gambar diatas.

*Analysis of Demand* adalah sebuah studi tentang alasan yang mendasari permintaan untuk suatu produk. Permintaan adalah jumlah barang dan layanan yang diinginkan dapat dibeli maupun disewa oleh *customer* selama periode tertentu berdasarkan serangkaian kondisi ekonomi tertentu. Menurut (Grant, 2010), untuk bertahan dan berkembang dalam suatu industri persusahaan harus memenuhi dua kriteria yaitu pertama harus mampu memenuhi apa yang ingin dibeli *customer* dan kedua harus mampu bertahan dalam persaingan. LaudnryQu akan melakukan *analysis of demand* agar bisnis tersebut dapat memenuhi keinginan *customer* dan kualitas layanan. Berdasarkan hasil survei ditemukan bahwa lebih dari 70% responden menganggap kehadiran Laundry sangat penting dalam menunjang aktifitas harian mereka, karena bisa meringankan pekerjaan yang tidak bisa dilakukan karena padatnya aktifitas dalam bekerja.

### **3.2 Pengguna Jasa (User)**

#### **3.2.1 Menjaga Keamanan Barang Pribadi – R1**

Pelanggan sering khawatir dengan keamanan barang pribadi mereka selama proses laundry. SwipeWash memberikan jaminan bahwa barang pelanggan akan dirawat dengan baik, melalui penggunaan sistem pelacakan barang, asuransi, dan protokol keamanan standar dari mitra laundry.

#### **3.2.2 Mempermudah Perbandingan Harga – R2**

Dalam memilih layanan laundry, pelanggan membutuhkan informasi harga yang jelas dan mudah dibandingkan. SwipeWash menawarkan fitur perbandingan harga secara transparan melalui aplikasi sehingga pelanggan dapat memilih layanan terbaik sesuai anggaran mereka.

#### **3.2.3 Memberikan Kepastian – R3**

Ketidakpastian waktu penyelesaian dan status cucian sering menjadi keluhan pelanggan. SwipeWash menyediakan pelacakan real-time dan notifikasi otomatis agar pelanggan mengetahui perkembangan layanan mereka dan dapat mengatur jadwal dengan lebih baik.

#### **3.2.4 Menyediakan Layanan Tambahan – R4**

Selain mencuci pakaian biasa, pelanggan sering membutuhkan layanan tambahan seperti pembersihan sepatu, tas, atau pakaian berbahan khusus. SwipeWash menyediakan opsi layanan tambahan untuk memenuhi kebutuhan ini, menjadikannya solusi lengkap.

#### **3.2.5 Memberikan Aksesibilitas 24/7 – R5**

Pelanggan dengan jadwal padat membutuhkan layanan laundry yang fleksibel. SwipeWash memungkinkan pelanggan memesan layanan kapan saja, termasuk di malam hari atau akhir pekan, untuk menyesuaikan dengan kebutuhan mereka.

### **3.3 Penyedia Jasa (Mitra Laundry)**

#### **3.3.1 Memperluas Akses ke Pelanggan Baru – R6**

Banyak mitra laundry kesulitan menjangkau pelanggan baru karena keterbatasan pemasaran. SwipeWash menawarkan platform digital yang memperluas jangkauan pasar mitra tanpa biaya pemasaran tambahan, membantu mitra menjangkau berbagai segmen pelanggan.

### **3.3.2 Memanfaatkan Ekosistem E-commerce – R7**

Dengan bergabung di ekosistem e-commerce SwipeWash, mitra laundry dapat meningkatkan jumlah pesanan dan pendapatan secara signifikan, karena platform ini menghubungkan mereka langsung dengan pelanggan potensial.

### **3.3.3 Optimalisasi Proses Teknologi – C1**

Proses manual sering menyebabkan ketidakefisienan. SwipeWash menyediakan sistem berbasis teknologi untuk mempermudah pemesanan, pembayaran, dan pelacakan pesanan, sehingga mengurangi kesalahan dan meningkatkan efisiensi operasional.

### **3.3.4 Sistem Keamanan dan Garansi – C2**

Pelanggan sering khawatir tentang kehilangan atau kerusakan barang mereka. SwipeWash memastikan keamanan barang pelanggan dengan menyediakan sistem pelacakan real-time, garansi, dan asuransi untuk membangun kepercayaan pelanggan.

### **3.3.5 Pemanfaatan Data Analitik – C3**

Banyak mitra laundry tidak memiliki wawasan yang cukup tentang tren pasar. SwipeWash menyediakan dashboard analitik yang memungkinkan mitra menganalisis data pelanggan, pola pembelian, dan peluang pertumbuhan bisnis, membantu mitra dalam pengambilan keputusan strategis.

## **3.4 Analysis Competition**

Menurut Grant (2010), perusahaan harus mampu bertahan dan berkembang dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor. Analisis kompetisi mencakup pemahaman tentang faktor-faktor utama yang memengaruhi persaingan dalam industri, seperti inovasi teknologi, efisiensi operasional, strategi harga, dan kualitas layanan. Strategi kompetitif yang efektif melibatkan pengembangan keunggulan bersaing dengan menciptakan nilai lebih bagi pelanggan, efisiensi proses, serta diferensiasi produk atau layanan.

### **3.4.1 Teknologi Informasi dan Inovasi - R8**

Teknologi informasi dan inovasi menjadi pilar utama dalam membangun daya saing aplikasi mobile laundry. Salah satu fitur teknologi yang sangat penting adalah tracking real-time. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk memantau status laundry mereka secara langsung dari penjemputan hingga pengantaran, sehingga pengguna merasa aman dan nyaman karena bisa melacak posisi pakaian mereka setiap saat. Untuk mempertahankan keunggulan ini, aplikasi harus memiliki infrastruktur teknologi yang andal, seperti GPS yang terintegrasi, server yang kuat, dan sistem pemberitahuan otomatis yang memberikan informasi status secara real-time.

Selain itu, aplikasi dapat menerapkan machine learning untuk memahami dan memprediksi kebutuhan pengguna. Dengan algoritma machine learning, aplikasi dapat menganalisis data pemakaian, kebiasaan, dan preferensi setiap pengguna untuk memberikan rekomendasi yang lebih personal, seperti penawaran layanan ekspres atau diskon khusus bagi pengguna yang sering menggunakan jasa laundry. Inovasi ini bisa meningkatkan engagement pengguna dan membuat pengalaman yang lebih terpersonalisasi.

Automasi layanan pelanggan juga menjadi aspek penting. Dengan chatbot yang dilengkapi dengan teknologi kecerdasan buatan (AI), aplikasi dapat menjawab pertanyaan pengguna dengan cepat dan efisien, sehingga masalah atau pertanyaan terkait status laundry, layanan, dan harga bisa diatasi secara otomatis. Selain itu, inovasi dalam desain antarmuka pengguna (UX/UI) yang sederhana dan intuitif akan membuat aplikasi lebih mudah diakses oleh berbagai kalangan. Tantangan utama dalam penerapan teknologi ini adalah biaya dan waktu yang diperlukan untuk mengembangkan serta memelihara fitur-

fitur canggih ini. Persaingan ketat dengan aplikasi serupa yang juga menerapkan teknologi serupa menuntut aplikasi untuk terus berinovasi agar dapat tetap relevan di mata pengguna.

### 3.4.2 Teknik Pemasaran dan Relasi dengan Mitra Laundry - C4

Dalam hal pemasaran, aplikasi laundry dapat memanfaatkan kekuatan media sosial untuk menjangkau calon pengguna. Strategi pemasaran melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube bisa sangat efektif, terutama dengan bekerja sama dengan influencer atau selebgram yang memiliki banyak pengikut. Konten edukatif yang menjelaskan kemudahan layanan, testimoni pengguna, dan video singkat tentang proses laundry dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat akan aplikasi tersebut.

Selain itu, strategi referral dan program loyalitas dapat memberikan keuntungan ganda. Dengan referral, pengguna yang sudah ada akan merasa ter dorong untuk merekomendasikan aplikasi ke teman atau keluarga mereka dengan imbalan diskon atau keuntungan lain. Sementara itu, program loyalitas seperti pengumpulan poin setiap kali mencuci pakaian dapat mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi. Relasi dengan mitra laundry juga sangat krusial. Menjalin kemitraan yang kuat dengan laundry lokal yang terpercaya akan memastikan layanan yang berkualitas bagi pengguna. Melalui hubungan jangka panjang dengan mitra laundry, aplikasi dapat menjamin bahwa proses pencucian selalu sesuai standar dan tepat waktu. Selain itu, program bagi hasil yang transparan dan pembagian keuntungan yang adil dapat meningkatkan loyalitas mitra terhadap aplikasi, sehingga kolaborasi tetap stabil dan produktif.

Tantangan utama dalam pemasaran adalah memastikan bahwa kampanye promosi benar-benar efektif dalam menarik pengguna baru tanpa menghabiskan anggaran yang berlebihan. Menjaga relasi dengan mitra laundry juga tidak mudah, karena mitra memiliki ekspektasi sendiri mengenai pengaturan kerja sama yang menguntungkan.

Menurut Grant (2010), perusahaan dapat bertahan dan berkembang dalam persaingan apabila mampu mengelola sumber daya (resources) dan kapabilitas (capabilities) untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam konteks bisnis laundry SwipeWash, sumber daya yang dimiliki meliputi pemanfaatan teknologi digital berupa aplikasi pemesanan, pelacakan cucian, serta notifikasi status cucian; fasilitas modern seperti mesin cuci hemat energi, deterjen ramah lingkungan, dan sistem satu mesin untuk satu pelanggan; sumber daya manusia terlatih dengan standar pelayanan yang konsisten, ramah, cepat, dan higienis; serta jaringan distribusi berupa armada antar-jemput yang luas. Sumber daya tersebut kemudian diolah menjadi kapabilitas, antara lain kecepatan layanan melalui paket express 6 jam, kenyamanan pelanggan dengan sistem antar-jemput gratis dan pembayaran cashless, inovasi layanan yang mencakup perawatan sepatu, helm, karpet, tas, hingga laundry premium untuk kain sensitif, serta strategi branding digital melalui promosi media sosial dan testimoni pelanggan.

Kombinasi sumber daya dan kapabilitas tersebut menjadikan SwipeWash memiliki keunggulan kompetitif dibanding laundry tradisional. SwipeWash mampu menawarkan nilai tambah berupa layanan praktis, higienis, dan ramah lingkungan; menghadirkan diferensiasi yang jelas dari laundry kiloan biasa; serta menciptakan *switching cost* di mana pelanggan cenderung enggan beralih karena telah nyaman dengan layanan aplikasi dan sistem terintegrasi. Namun demikian, SwipeWash juga menghadapi sejumlah tantangan, seperti potensi imitasi dari kompetitor yang meniru fitur aplikasi, tingginya biaya operasional akibat investasi teknologi dan armada antar-jemput, serta perubahan preferensi pelanggan, misalnya meningkatnya tren eco-friendly yang menuntut perusahaan lebih adaptif.

### 3.5 Perencanaan Operasional

Pengajuan nama perusahaan ini didaftarkan oleh notaris melalui Sistem Administrasi Badan Hukum (Sisminbakum) Kementerian Hukum dan HAM (Kemenkumham) menggunakan platform online. Tujuan dari proses ini adalah untuk memeriksa ketersediaan nama perusahaan, SwipeWash hingga tidak memiliki kesamaan atau kemiripan dengan nama-nama PT yang telah ada sebelumnya. Disamping itu, pendaftaran nama PT ini bertujuan untuk mendapatkan persetujuan dari instansi terkait (Kemenhumkam) sesuai dengan UUPT dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2011 Tentang Tata Cara Pengajuan dan Pemakaian Nama Perseroan Terbatas. Pembuatan akta pendirian dilakukan oleh notaris berwenang diseluruh wilayah negara Republik Indonesia untuk selanjutnya mendapatkan persetujuan dari Menteri Kemenkumham.

#### 3.5.1 Perizinan

Untuk mengurus perizinan dari SwipeWash, kami akan melakukan secara online. Manfaat yang dapat didapatkan atas perseroan terbatas berbentuk PT adalah menjadi badan usaha dan juga akan memudahkan kami untuk mendapatkan modal dari banyak pihak. Selain itu, kami juga akan memiliki kemudahan dalam segi perpajakan dan akses yang jauh kebih luas dan besar dalam segi mengembangkan perusahaan itu sendiri. Selanjutnya pengurusan izin operasional dilakukan sesuai Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 113/PMK.06/2019 Tentang SwipeWash. Salah satu peraturan adalah mengenai modal disetor disesuaikan dengan zona dimana SwipeWash akan mendirikan kantor pusat layanan SwipeWash tersebut. Modal disetor minimal adalah sebesar Rp.10 Miliar sesuai dengan ketentuan Pasal 4 Permenkeu tersebut di atas, dengan lokasi pendirian SwipeWash di Kota Tangerang. Untuk mengoperasikan aplikasi SwipeWash sebagai platform e-commerce yang berbasis digital di Indonesia, diperlukan berbagai perizinan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Salah satu perizinan utama adalah pendaftaran sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) di bawah naungan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). Pendaftaran ini bertujuan untuk memastikan SwipeWash mematuhi aturan terkait keamanan data pengguna dan perlindungan privasi, sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE) serta Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP).

Selain itu, SwipeWash juga perlu mengikuti regulasi dari Kementerian Perdagangan dengan mendaftarkan tanda daftar usaha perdagangan melalui sistem Online Single Submission (OSS). Legalitas perusahaan harus dipenuhi, termasuk memiliki izin usaha yang sah, seperti berbentuk PT atau CV, serta Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai identitas resmi perusahaan. Jika SwipeWash menawarkan fitur pembayaran langsung melalui aplikasi, maka perizinan tambahan dari Bank Indonesia (BI) atau Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mungkin diperlukan untuk memastikan layanan transaksi sesuai standar hukum. Tidak hanya itu, jika SwipeWash menyediakan layanan antar-jemput untuk mendukung operasional, diperlukan izin tambahan dari Kementerian Perhubungan terkait regulasi transportasi. Dengan memastikan kepatuhan terhadap seluruh regulasi ini, SwipeWash dapat beroperasi secara sah, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memberikan layanan yang aman dan berkualitas.

Di Wilayah Tangerang yang menjadi kompetitor SwipeWash adalah Kirey Laundry. Laundry ini mempunyai layanan premium yang menggunakan deterjen ramah lingkungan dan peralatan hemat energi. Pelacakan real-time dan antar jemput gratis, serta jaminan kompensasi atau laundry ulang jika terjadi kendala. Namun kekurangan dari

Laundry ini adalah Lokasi outlet yang lebih sedikit, sehingga tidak semenyebar penyedia laundry lokal lainnya.

### 3.5.2 Desain Operasi

Produk SwipeWash yang ditawarkan dalam bisnis ini adalah platform e-commerce untuk layanan laundry yang menghubungkan pelanggan dengan mitra laundry terdekat. Operasional SwipeWash dirancang untuk memberikan kemudahan dan efisiensi, mulai dari proses pemesanan, pengambilan pakaian, hingga pengantaran kembali ke pelanggan. LaundruQu menyediakan berbagai macam layanan pilihan mitra laundry dan juga layanan pengiriman 1x24 jam dengan proses transaksi yang mudah melalui aplikasi.

Berikut adalah penjelasan langkah-langkah pengembangan aplikasi SwipeWash secara rinci:

#### 1. Perencanaan (Planning):

Tahap awal ini melibatkan diskusi untuk memahami kebutuhan bisnis, menentukan fitur utama, dan mengidentifikasi target pengguna aplikasi SwipeWash. Tim akan membuat dokumen spesifikasi kebutuhan yang menjadi acuan seluruh proses pengembangan.

#### 2. Desain Produk (UI/UX Design):

Di tahap ini, desainer akan membuat rancangan tampilan antarmuka pengguna (UI) berupa wireframe dan mockup. Tujuannya adalah memastikan aplikasi mudah digunakan (user-friendly) dan menarik secara visual, sekaligus memberikan pengalaman pengguna (UX) yang optimal.

#### 3. Pengembangan Backend (API Development):

Pengembang backend akan bekerja pada logika bisnis aplikasi, termasuk pembuatan server, pengelolaan database, dan API yang menjadi penghubung antara sistem backend dan frontend. Integrasi dengan layanan pihak ketiga, seperti sistem pembayaran online (e-wallet, kartu kredit), juga dilakukan di tahap ini.

#### 4. Pengembangan Frontend:

Di tahap ini, tim frontend developer akan membangun tampilan aplikasi berbasis desain UI/UX yang telah dibuat sebelumnya. Mereka akan mengimplementasikan fitur-fitur aplikasi seperti pendaftaran pengguna, pemesanan layanan, pelacakan status laundry, hingga pemberitahuan (notifikasi).

#### 5. Integrasi dan Pengujian (Testing):

Setelah pengembangan backend dan frontend selesai, keduanya akan diintegrasikan dan diuji secara menyeluruh. Pengujian dilakukan untuk memastikan aplikasi berjalan sesuai rencana, bebas bug, serta memiliki performa yang baik di berbagai perangkat dan sistem operasi.

#### 6. Penyebaran (Deployment):

Setelah pengujian berhasil, aplikasi akan disiapkan untuk dirilis. Tahap ini mencakup penyebaran server ke lingkungan produksi, serta pengunggahan aplikasi ke Google Play Store dan Apple App Store agar dapat diakses oleh pengguna.

#### 7. Pemeliharaan (Maintenance):

Pasca peluncuran, tim akan terus memantau aplikasi untuk memastikan stabilitas dan memperbaiki masalah yang mungkin muncul. Fitur tambahan atau pembaruan juga dapat dikembangkan berdasarkan masukan dari pengguna.

Dengan proses ini, pengembangan aplikasi SwipeWash dapat berjalan secara terstruktur dan efisien, memastikan kualitas produk yang optimal saat diluncurkan ke pasar.

### 3.5.3 Perencanaan dan Kontrol

Dalam perencanaan, SwipeWash berfokus pada pengembangan dan pemeliharaan infrastruktur teknologi, seperti server berbasis cloud untuk mendukung platform, perangkat lunak aplikasi yang andal, serta integrasi dengan sistem pembayaran digital. Selain itu, kebutuhan perangkat pendukung, seperti komputer, barcode scanner, atau printer yang digunakan oleh mitra (jika diperlukan), juga dirancang untuk memastikan operasional berjalan tanpa hambatan teknis. Proyeksi kebutuhan ini didasarkan pada analisis data historis transaksi, potensi pertumbuhan pengguna, dan tren permintaan musiman, misalnya selama musim liburan atau menjelang hari raya.

Kontrol dilakukan dengan memanfaatkan sistem manajemen berbasis teknologi untuk memantau kinerja infrastruktur digital secara real-time. SwipeWash juga memastikan bahwa sistem yang digunakan selalu up-to-date dan dilengkapi dengan fitur keamanan data yang memadai untuk melindungi informasi pelanggan dan mitra. Pemeliharaan berkala terhadap server dan perangkat lunak dilakukan untuk mencegah gangguan layanan, sementara tim teknis siap merespons masalah yang mungkin terjadi.

### 3.6 Manajemen Kualitas

Manajemen kualitas di SwipeWash dirancang untuk memastikan bahwa setiap layanan yang diberikan kepada pelanggan memenuhi standar tinggi yang konsisten, mulai dari proses awal hingga akhir. Pendekatan manajemen kualitas SwipeWash mencakup berbagai aspek, termasuk pemilihan mitra, pengendalian proses operasional, pengawasan layanan, dan peningkatan berkelanjutan melalui teknologi dan pelatihan.

Proses dimulai dengan seleksi mitra laundry yang ketat, di mana SwipeWash hanya bermitra dengan usaha laundry yang mampu memenuhi kriteria tertentu, seperti fasilitas modern, penggunaan bahan berkualitas, dan kemampuan untuk menangani berbagai jenis layanan laundry. Setelah bergabung, mitra laundry diwajibkan untuk menjalani pelatihan standar operasional prosedur (SOP) yang disusun oleh tim SwipeWash. SOP ini mencakup cara penanganan pakaian, teknik pencucian, pengemasan, serta pengelolaan pesanan yang efisien.

Selama operasional, SwipeWash menerapkan sistem pengawasan berbasis teknologi untuk memastikan bahwa setiap tahap layanan berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Aplikasi SwipeWash memungkinkan pelanggan memberikan umpan balik langsung tentang kualitas layanan yang diterima, baik dari segi hasil cucian maupun proses penjemputan dan pengantaran. Umpan balik ini dikumpulkan dan dianalisis secara rutin untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Selain itu, inspeksi rutin dilakukan terhadap mitra laundry untuk memastikan bahwa peralatan dan bahan yang digunakan tetap sesuai dengan standar kualitas.

Pengendalian kualitas juga mencakup proses penanganan keluhan pelanggan. SwipeWash memiliki tim khusus yang menangani keluhan pelanggan secara cepat dan profesional. Jika ditemukan masalah kualitas, seperti pakaian rusak atau hasil pencucian yang tidak memuaskan, tim ini akan segera berkoordinasi dengan mitra laundry terkait untuk menyelesaikan masalah tersebut. Dalam kasus tertentu, SwipeWash menawarkan kompensasi atau pencucian ulang untuk menjaga kepuasan pelanggan.

Untuk memastikan kualitas layanan terus meningkat, SwipeWash menggunakan data operasional yang diperoleh dari sistem aplikasinya untuk menganalisis kinerja mitra dan driver. Data ini digunakan untuk memberikan pelatihan tambahan kepada mitra yang memerlukan perbaikan, serta sebagai dasar untuk menetapkan program penghargaan bagi mitra dan driver yang menunjukkan kinerja unggul. Dengan pendekatan berbasis data ini, SwipeWash tidak hanya menjaga kualitas layanan yang tinggi, tetapi juga menciptakan sistem yang adil dan mendukung bagi semua pihak yang terlibat.

Secara keseluruhan, manajemen kualitas SwipeWash berfokus pada konsistensi layanan, respons cepat terhadap keluhan, dan peningkatan berkelanjutan melalui kolaborasi antara teknologi, pelatihan, dan evaluasi rutin. Pendekatan ini memungkinkan SwipeWash untuk memenuhi harapan pelanggan sekaligus menjaga reputasi sebagai platform layanan laundry yang profesional dan terpercaya.

#### 4. KESIMPULAN

Industri *e-commerce* di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, didukung oleh populasi besar, kelas menengah yang terus berkembang, dan penetrasi internet yang meningkat. Pada tahun 2023, nilai transaksi *e-commerce* Indonesia mencapai USD 62 miliar, dengan jumlah pengguna yang diproyeksikan mencapai 99,1 juta pada tahun 2029. Potensi ini mendorong peluang baru, termasuk layanan kebutuhan sehari-hari seperti laundry, *bag spa*, dan *shoe spa*. Dalam masyarakat urban yang sibuk, layanan ini menjadi kebutuhan penting. Platform digital dapat memberikan solusi dengan kemudahan akses, transparansi, dan efisiensi bagi konsumen. Pelanggan menghadapi tantangan seperti kekhawatiran terhadap keamanan barang, kesulitan dalam membandingkan harga, dan keterbatasan waktu operasional. Di sisi lain, penyedia jasa laundry menghadapi kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas, mengelola pesanan, dan meningkatkan pendapatan. Dengan pendekatan berbasis teknologi, peluang untuk mengatasi masalah ini terbuka lebar. SwipeWash menawarkan platform *e-commerce* untuk layanan laundry, *bag spa*, dan *shoe spa* yang dilengkapi fitur unggulan *Pain reliever* meliputi asuransi dan pelacakan *real-time*, transparansi harga, layanan tambahan, serta akses dua puluh empat jam dengan layanan antar-jemput. *Gain creator* menghadirkan pengalaman pelanggan yang lebih baik melalui aplikasi yang intuitif, peningkatan visibilitas mitra, dan sistem otomatisasi proses pemesanan. Keunggulan kompetitif SwipeWash meliputi Fitur unggulan seperti pelacakan *real-time* dan transparansi status cucian. Fokus pada kebutuhan pasar urban dengan layanan yang fleksibel dan inovatif menjadi keunggulan lain. Selain itu, Data analitik mendukung mitra dalam pengambilan keputusan strategis.

Berbagai faktor internal berkontribusi pada keberhasilan dan keberlanjutan bisnis SwipeWash. Dalam menganalisis faktor internal, SwipeWash menggunakan pendekatan strategis untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang untuk meningkatkan daya saing di industri layanan laundry berbasis *e-commerce*. Analisis permintaan pelanggan menjadi fokus utama dalam memahami kebutuhan pasar yang terus berkembang. SwipeWash menawarkan layanan yang menjamin keamanan barang pribadi pelanggan, memberikan kemudahan dalam perbandingan harga, serta memastikan kenyamanan dengan layanan yang tersedia dua puluh empat jam setiap hari. Selain itu, SwipeWash berkomitmen untuk memanfaatkan ekosistem *e-commerce* guna memperluas aksesibilitas layanan. Dari segi persaingan, SwipeWash mengandalkan inovasi teknologi sebagai keunggulan utama. Platform ini menghadirkan fitur unggulan seperti pelacakan cucian secara *real-time*, sistem pembayaran digital yang aman, serta antarmuka yang ramah pengguna.

Langkah-langkah strategis mencakup menambah jumlah mitra laundry hingga seribu mitra di seluruh kota besar di Indonesia, mengembangkan SwipeWash versi dua dengan fitur berbasis kecerdasan buatan termasuk rekomendasi layanan personal berdasarkan data pelanggan, serta meningkatkan layanan dengan teknologi tambahan seperti fitur langganan otomatis dan notifikasi yang lebih canggih untuk pelanggan. Strategi ini juga melibatkan pembukaan tiga kantor cabang baru di Jakarta, Bandung, dan Surabaya untuk mendukung operasional lokal, serta meningkatkan pangsa pasar melalui program loyalitas pelanggan dan *referral* yang lebih agresif.

## REFERENCES

- Aditya, M. H., Edi, S. W., Informatika, P. T., Informasi, F. T., Kristen, U., & Wacana, S. (2025). *Analisis Dan Perancangan Marketplace Berbasis Mobile Dengan Metode E-Marketing Sostac ( Kasus Laundry Mobile App )*. 6(1), 22–29.
- Arum, R., & Aini, T. (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, 30–45.
- Asro, Istiharoh, I., & Kania, D. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Laundry Berbasis Online. *Prosiding Seminar Nasional Batch 2, June*, 242–262. <https://doi.org/10.56721/prosalif.v2.2023.58>
- Banerji, R., & Singh, A. (2024). Do social media marketing activities promote customer loyalty? A study on the e-commerce industry. *LBS Journal of Management & Research*. <https://doi.org/10.1108/lbsjmr-04-2023-0016>
- Dewi, A. A. K., Samsudin, A., Hidayat, R., Sari, D., Destrina, I., Cornelius, M., Netanya, S. A., & Abir S, S. (2023). Pengaruh Analisis SWOT terhadap Pengambilan Keputusan pada Usaha Laundry di Kalijudan Surabaya. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(5), 1263–1274. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i5.2754>
- Fathoni, M., Harahap, A., & Indrawati, T. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Jasa Laundry Sepatu Di Kota Pekanbaru. *Jom FEB*, 8(1), 1–14. <https://cloud.unri.ac.id/direktori/epublicjournals/item?id=32214>
- Ismail, A., & Suwandi, S. (2020). Business Plan Laundry Berbasis Online “Mbok Laundry Kiloan Cawang.” *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 3(4), 171–180. <https://doi.org/10.36782/jemi.v3i4.2131>
- 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>
- Mauliddiyah, N. L. (2021). *Pengembangan Eiffel Laundry Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran Serta Aspek Teknis*. 6.
- Mulyono, A. (2014). Pengembangan Bisnis E-Commerce Dengan Memberdayakan Teknologi Internet. *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma*, 1(1), 45–60. <https://doi.org/10.35968/jsi.v1i1.32>
- Palulun, S. B., Pali, E., & Pompeng, O. D. Y. (2024). Analisis Pengelolaan Keuangan pada UMKM dalam Peningkatan Usaha Laundry Fresh and Clean di Toraja Utara. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 837–845. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.4531>
- Rehatalanit, Y. L. . (2021). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5(0), 62–69. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>
- Rossanty, A. Z., Rahmi, A., Maya, A. C., Siagian, D. A., & Tiarapuspa. (2023). Analisis Strategi Bersaing Pada Jasa Laundry (Studi Kasus Pada 34 Laundry). *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 2419–2430. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17118>
- Sudiartini, 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>
- Wicaksono, H. (2022). Aplikasi Rumah Laundry Berbasis Web Menggunakan Rapid Application Development. *INFORMATICS FOR EDUCATORS AND PROFESSIONAL : Journal of Informatics*, 6(2), 207. <https://doi.org/10.51211/itbi.v6i2.1918>