

Pengenalan Model Kewirausahaan Berkelanjutan Pada Usaha Laundry di Beji Timur Depok

Kartika Nuringsih¹, Edalmen²

^{1,2} Prodi Manajemen, FEB, Universitas Tarumanagara

Abstrak. Secara konseptual terdapat model kewirausahaan keberlanjutan dengan tujuan untuk membangun kesadaran wirausaha terhadap keseimbangan antara orientasi profit dengan sosial dan ekologi. Namun implementasi cenderung tidak mudah sehingga melalui kegiatan pengabdian membantu usaha Laundry Boy di Beji Timur Depok. Masalah mitra disebabkan karena efek pandemik. Diberlakukannya pembatasan sosial dan belajar/bekerja dari rumah menyebabkan konsumen potensial berkurang dratis. Hampir 90% mahasiswa belajar dari daerah asal sehingga segmen pasar semakin kecil. Aspek manajemen menjadi tantangan pelaku usaha sehingga perlu pengembangan segmen pasar dan pengetahuan bisnis secara berkelanjutan. Keduanya menjadi prioritas agar meningkatkan pengetahuan pelaku usaha serta informasi bagi pelanggan. Upaya merealisasikan solusi melalui pendampingan menarik pelanggan baru. Tidak lupa memberikan sosialisasi pro-lingkungan kepada konsumen dan pelaku usaha. Kegiatan dilaksanakan antara Maret-Mei 2021 dimana melalui rekayasa sosial membantu mendatangkan pelanggan meskipun belum optimal. Dengan menjaga konsistensi selama pendampingan diharapkan membantu mitra membangun usaha secara berkelanjutan.

Kata kunci: Kewirausahaan Berkelanjutan, Usaha Laundry, Rekayasa Sosial

Abstract. Conceptually, there is a sustainable entrepreneurship model with the aim of building entrepreneurial awareness of the balance between profit orientation and social and ecology. However, implementation tends not to be easy, so through community service activities help the Laundry Boy business in Beji Timur Depok. Partner problems are caused due to pandemic effects. The imposition of social restrictions and studying/working from home causes potential consumers to be drastically reduced. Nearly 90% of students learn from their hometowns so that the market segment is getting smaller. The management aspect is a challenge for business actors, so it is necessary to develop market segments and business knowledge in a sustainable manner. Both are priorities in order to increase knowledge of business actors and information for customers. Efforts to realize solutions through mentoring attract new customers. Do not forget to provide pro-environmental socialization to consumers and business actors. The activity was carried out between March-May 2021 where through social engineering helped bring in customers even though it was not optimal. By maintaining consistency during mentoring, it is hoped that it will help partners build businesses in a sustainable manner.

Keywords: Sustainable Entrepreneurship, Laundry, Social Engineering

Correspondence author: Kartika Nuringsih, kartikan@fe.untar.ac.id, Depok, Indonesia



This work is licensed under a CC-BY-NC

Pendahuluan

Orientasi kegiatan ini mencoba mensinergikan antara edukasi kewirausahaan dengan model pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Hal ini sejalan dengan masa pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development goals/SDGs*) pada tahun 2030 sehingga implementasi program pembangunan dengan SDGs menjadi penting. Atas pertimbangan tersebut dilakukan serangkaian kegiatan pengabdian dengan orientasi untuk mensosialisasikan dan membuat rekayasa sosial terkait dengan isu-isu keberlanjutan diantaranya *green entrepreneurship*, *green behavior*, *green agropreneurship*, *green education* dan *green RT*. Rangkaian kegiatan ini sebagai peta jalan riset yang selanjutnya dikembangkan melalui pengabdian masyarakat untuk bersinergi dengan SDGs.

Dengan demikian kegiatan ini memiliki relevansi dengan model kewirausahaan berkelanjutan seperti dikembangkan dalam penelitian sebelumnya, seperti: (Schaltegger & Wagner (2011); Racelis (2014); Koe et al., (2014); (2015); Majid et al., (2017). Jika diselaraskan dengan sustainable development maka pengembangan kewirausahaan dirasa perlu mensinergikan antara orientasi keuntungan (*profit*), kesejahteraan lingkungan masyarakat (*people*) dan kelestarian lingkungan sekitar (*planet*). Sinergi ketiganya dikenal dengan istilah *triple bottom theory* oleh Elkington (Alhaddi, 2015). Tema *sustainability* atau *sustainable entrepreneurship* menjadi roadmap penelitian sehingga menjadi kontribusi Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara untuk mensosialisasikan dan mengimplementasikan konsep pembangunan berkelanjutan dalam aktivitas kewirausahaan atau UMKM. Oleh karena itu, tema ini memfokuskan pada kondisi dimana banyak pelaku usaha menghadapi kendala sehingga mereka perlu mengenal konsep keberkelanjutan dengan orientasi agar masyarakat/pelaku usaha lebih memahami model pengembangan usahanya khususnya di masa pandemik.

Meskipun demikian dalam implementasinya tidak mudah menerapkan ketiga aspek tersebut secara bersamaan. Selayaknya bisnis, orientasi ekonomi lebih dominan dibandingkan sosial ataupun ekologi. Diperkirakan aspek lingkungan/ekologi sebagai pertimbangan terakhir sehingga masalah seputar pengelolaan sampah, limbah, plastik atau elemen lainnya menjadi kurang diperhatikan. Termasuk didalamnya penggunaan air bersih sehingga penghematan air bersih sering diabaikan oleh pelaku usaha. Terlebih ketika lokasi usaha pada lingkungan yang berkecukupan sumber air sehingga kurang peduli atau kesadaran terhadap ketersediaan air bersih. Melalui kegiatan ini dirintis pengenalan konsep *sustainability* dalam praktek usaha kecil. Hal ini sebagai vareasi dari kegiatan sebelumnya yang memilih siswa sekolah menengah atas sebagai khalayak sasaran (Rahaditya & Nuringsih, 2020) dengan tujuan mendorong ketertarikan siswa pada aspek bisnis berkelanjutan. Dalam rangka menangkap permasalahan atau kendala menjalankan bisnis dengan konteks "*environmental business*" maka pengenalannya dirintis dengan salah satu pelaku usaha laundry di Beji Timur yaitu "Laundry Boy".

Usaha ini dirintis tahun 2020 yang sebenarnya telah dipersiapkan sejak akhir 2019. Namun kondisi berkata lain dimana pandemik Covid-19 makin memuncak sehingga usaha tetap dibuka pada Mei 2020 dengan harapan kondisi akan kembali stabil. Tetapi realita pandemik tidak segera usai sehingga *market* yang semula dipastikan sebagai *target market* ternyata berubah. Pada Oktober 2020 usaha ini mengalami kendala namun masih dipertahankan oleh pemiliknya Mas Andi Santoso. Seiring berjalannya waktu hasil usaha cenderung fluktuatif. Pasar yang ditargetkan awal adalah kelompok mahasiswa dan rumah tangga ternyata mengalami masalah. Selain itu terdapat beberapa usaha sejenis di sekitar Beji Timur sehingga pasar yang makin kecil menjadi semakin kecil untuk dapat dipertahankan. Meskipun demikian pada kondisi ini tidak menyurutkan semangat sehingga pelaku usaha justru menginginkan inspirasi agar dapat mengembangkan usaha jasa laundry menjadi lebih menarik.

Berada di Jalan Ketapang tepatnya di Kompek Perumahan Asgard Kelurahan Beji Timur Depok. Usaha ini baru menggunakan dua set mesin dan pengering dengan masa proses pencucian dan pengeringan per 1 lot dengan bobot 4 kg serta proses packing membutuhkan waktu selama 2 jam. Dengan demikian kapasitas 1 mesin per hari sejak buka jam 09.00 s/d 20.00 WIB sebanyak 4-5 lot atau dengan 2 mesin menjadi 8-10 lot. Minimal pelanggan membawa 1 lot (4 kg) dengan harga 1 lot sebesar Rp.25.000,- sehingga jika dalam kondisi stabil seharusnya mendapatkan pendapatan Rp.200.000,- s/d Rp.250.000,- per hari. Namun kondisi tidak seperti harapan atau terkadang antara 4 lot per hari dengan penerimaan sebesar Rp.100.000,- sehingga pelaku usaha mulai merasakan kendala dalam mempertahankan usaha ini, sementara Laundry Boy mampu memberikan layanan yang bagus terkait kerapian, wangi, tidak luntur serta bersih dengan satu pelanggan satu mesin. Selain itu mengutamakan keramahan dan kejujuran dimana apabila ditemukan uang tertinggal di kantong baju selalu dikembalikan kepada pelanggan. Namun kenyataannya hal tersebut belum cukup sehingga dirasa sulit menerapkan konsep *sustainability* terlebih lagi bagi usaha kecil dan kondisi krisis seperti sekarang ini. Dengan demikian perlu upaya kreatif dan sentuhan edukasi supaya dapat meningkatkan jumlah pelanggan sehingga mampu mempertahankan profit.

Selanjutnya, alasan mengapa merujuk usaha laundry dikarenakan jenis jasa ini memiliki relevansi dengan penggunaan air bersih dan energi listrik. Pemilik usaha ingin mendapatkan informasi tentang bagaimana mengelola bisnis secara ramah lingkungan. Hal ini mengingat usaha yang dijalankan juga mengedepankan aspek ramah lingkungan seperti air bersih, listrik, detergen dan limbah. Perkembangan mesin cuci ramah lingkungan banyak diterapkan saat ini sehingga penggunaan air relatif sedikit. Selain itu proses pengeringan menggunakan gas sehingga dari pemanasan tersebut pakaian dikeringkan, dilipat dan dikemas secara langsung. Dengan demikian, pakaian rapi serta proses pengerjaannya relatif hemat air bersih, deterjen dan listrik. Dampak tersebut dipastikan mempengaruhi kebersihan lingkungan. Selain itu satu mesin satu pelanggan menyebabkan pakaian tidak tercampur dengan pakaian milik pelanggan lain sehingga dipastikan menjadi lebih higienis. Kedua aspek tersebut menjadi nilai lebih dalam merintis usaha laundry. Meskipun demikian jumlah pelanggan belum seperti harapan. Di masa pandemik harga menjadi sensitif sehingga sebagian besar pelanggan yang memahami kesehatan dan higienitas yang loyal dengan jasa ini.

Oleh karena itu, sejalan dengan masih kondisi pandemik, pemilik usaha jasa laundry terus belajar mengelola usaha sehingga dengan harapan ketika pandemik mulai berangsur reda maka usaha yang dirintis dapat berkembang menjadi lebih baik. Sesuai analisis situasi maka kegiatan ini diprioritaskan pada dua aspek khususnya pasar dan pengetahuan tentang bisnis berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan harapan pemilik bahwasannya ingin meningkatkan pengetahuan mengelola usaha laundry agar usaha menjadi lancar dengan tetap mempertahankan kepedulian lingkungan.

Sesuai hasil observasi dan brainstorming dengan mitra maka permasalahan dalam menjalankan usaha jasa laundry berkaitan dengan aspek manajemen, yaitu: (1) **Aspek Pasar** bahwasannya terjadi perubahan target market dimana sebelumnya adalah segmen mahasiswa dan rumah tangga. Karena pandemik pembelajaran dilakukan secara daring sehingga hampir 90% mahasiswa melakukan pembelajaran daring sehingga tidak indokost di kawasan Beji Timur. Sementara itu dari segmen rumah tangga cenderung menangani sendiri karena mereka tidak bekerja lagi di kantor atau bekerja dari rumah (*work from home*) bahkan tidak sedikit kehilangan pekerjaan. Dengan demikian dipastikan terjadi penurunan jumlah pelanggan sehingga perlu belajar atau kreativitas untuk menarik pasar. (2) **Aspek Pengetahuan** dimana tingkat pengetahuan masyarakat tentang isu-isu lingkungan menjadi penting di era sekarang. Kesadaran menjaga air bersih, hemat listrik, mengurangi penggunaan plastik, minimalisasi penggunaan detergen maupun pembuangan limbah perlu menjadi perhatian bagi pelaku usaha. Oleh karena itu dirasa perlu mengenalkan aspek-aspek keberlanjutan lingkungan

kepada pemilik usaha maupun konsumen. Kolaborasi duanya akan meningkatkan kesadaran agar menjalankan usaha secara ramah lingkungan serta mendorong perilaku konsumen yang juga bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Keduanya perlu disempurnakan untuk mengatasi masalah di masa pandemik. Artinya dengan memposisikan kembali pasarnya diharapkan dapat menarik pelanggan sehingga dapat meningkatkan segmen pasar. Tidak lupa memberikan edukasi pro-lingkungan kepada masyarakat/konsumen dan pelaku usaha. Sejalan dengan situasi tersebut, masalah dirumuskan sebagai berikut: Bagaimanakah cara memperkenalkan model kewirausahaan agar dapat mempertahankan kinerja di masa pandemik?. Sejalan dengan road map tentang kewirausahaan berkelanjutan maka rangkaian riset dan pengabdian masyarakat diharapkan mampu menghasilkan rekayasa sosial untuk mendukung penerapan *sustainability business*. Atas pertimbangan tersebut dilakukan kegiatan pengenalan supaya mitra memiliki pengetahuan atau wawasan baru terhadap aspek bisnis di masa pandemik. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memberi pengetahuan tentang *sustainability* serta dipraktikkan oleh pelaku usaha meskipun relatif sulit mempertahankan usaha pada kondisi sekarang ini. Untuk itulah kepedulian terhadap masalah sosial-ekonomi dan lingkungan menjadi tanggung jawab sektor pendidikan agar turut berkontribusi dalam pencapaian SDGs di Indonesia.

Metode Pelaksanaan

Tahapan kegiatan

Upaya mengatasi masalah mitra melalui pendekatan kewirausahaan berkelanjutan (*sustainable entrepreneurship*). Meskipun sederhana tetapi mitra akan dibuatkan rintisan solusi melalui aspek pasar dan pengetahuan. Solusi pertama berupa kegiatan pendampingan penajakan pengembangan segmen pasar sedangkan solusi kedua berupa sosialisasi model kewirausahaan berkelanjutan. Dalam rangka merealisasikan solusi tersebut maka tahapan dilakukan sebagai berikut:

1. Melakukan diskusi dengan pemilik usaha laundry tentang masalah dan beberapa aspek yang sekiranya dapat dirintis solusinya melalui kegiatan pengabdian pada awal Maret tahun 2021.
2. Memilih tema kegiatan yang relevan dengan kewirausahaan berorientasi pada keberlanjutan ekonomi dan lingkungan. Ini sejalan dengan status mitra sebagai masyarakat produktif dengan menekankan pada aspek manajemen serta berkaitan dengan isu-isu *green business*.
3. Sesuai dengan masalah mitra dilakukan diskusi untuk perancangan solusi yang nantinya akan dijadikan rekayasa sosial untuk mitra. Persiapan perancangan solusi dilakukan melalui pendampingan dan sosialisasi.
4. Proses menerapkan solusi secara bertahap dimulai pertengahan April 2021. Hal ini untuk menyesuaikan dengan bulan Ramadhan dan hari raya Idul Fitri yang biasanya banyak pelanggan.
5. Kegiatan pemantauan dilaksanakan minggu kedua Mei 2021 yang selanjutnya dilakukan evaluasi pada periode selanjutnya.

Sesuai tahapan tersebut dilakukan serangkaian kegiatan dimana proses kerjasama mitra dan penelaahan kewirausahaan dan pasar dilakukan oleh Kartika Nuringsih, SE., MSi sedangkan keberlanjutan dilakukan Edalmen, SE., MM. Keterlibatan mahasiswa dilakukan untuk meningkatkan pemahaman dalam kontek keberlanjutan bisnis. Namun karena terkondisi oleh faktor pandemik maka peran mahasiswa sebagai pendukung lapangan seperti penyiapan materi, proses administrasi dan laporan.

Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra diwujudkan dalam bentuk (1) Penerimaan kunjungan survey dan observasi pada pencanangan identifikasi masalah dalam pengembangan usaha laundry. (2) Aktif diskusi untuk mengidentifikasi prioritas masalah, solusi dan target luaran bagi lingkungan usaha. (3) Mitra bersedia sharing tentang kendala menjalankan usaha ini. (4) Mitra bersedia menerapkan dan dievaluasi atas penerapan rekayasa sosial.

Materi Ditransfer Kepada Mitra

Kegiatan ini sebagai rintisan implementasi penelitian *sustainable entrepreneurship* (Nuringsih et al., 2019; Nuringsih & Puspitowati, 2017). Selain itu sejalan dengan edukasi perilaku ramah lingkungan bersama mitra di Beji Timur misalnya (Nuringsih et al., 2017; 2019; Nuringsih & Mularsih 2018; Mularsih & Nuringsih 2017) serta mitra pesantren di Tangerang (Rahaditya & Nuringsih, 2020). Beberapa faktor penting dalam penelitian sebelumnya adalah untuk menumbuhkan ketertarikan siswa dan mahasiswa pada *sustainability entrepreneurship* dimana faktor pembentuk ketertarikan tersebut adalah *green value* dan dukungan lingkungan (Nuringsih et al., 2019) serta pengalaman sebelumnya (Nuringsih & Puspitowati, 2017). Perguruan tinggi sebagai bagian sistem pendukung pengembangan kewirausahaan (Racelis, 2014) sehingga salah satu kontribusinya adalah turut mengedukasi pengenalan kewirausahaan berkelanjutan.



Gambar 1. Keterkaitan dengan SDGs.

Sesuai dengan **Gambar 1** model pengembangan kewirausahaan selaras dengan pembangunan berkelanjutan sehingga keterkaitannya dengan kegiatan pengabdian bersama mitra terletak pada enam sasaran SDGs yaitu tujuan ke-6, 8, 12, 13, 14 dan 15. Tujuan sejalan dengan aspek ekonomi, sosial dan ekologi atau sebagai bagian dari *triple bottom line*. Mengacu pada UNDP penjelasan keenam sasaran sebagai berikut:

1. **SDGs-6:** Ketersediaan air bersih menjadi masalah dunia dimana sekitar 40% masyarakat mengalami kelangkaan dipicu oleh perubahan iklim sehingga SDGs melindungi kawasan resapan air, sungai dan pemanfaatan teknologi pengolahan air.
2. **SDGs-8:** Sebanyak 200 juta orang di dunia tidak mendapat pekerjaan secara layak, menghadapi perbudakan dan *human trafficking* sehingga SDGs mendorong regulasi penciptaan lapangan kerja dan kewirausahaan.
3. **SDGs-12:** Sebagian besar populasi dunia mengkonsumsi barang yang bukan kebutuhan utamanya sehingga menimbulkan sampah dan pemborosan sumber daya. SDGs mendorong penerapan pola konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab melalui *reduce and recycle waste*.

4. **SDGs-13:** Perubahan iklim memicu bencana alam yang mengakibatkan kerugian material dan jiwa manusia sehingga SDGs mendorong kerjasama untuk mengurangi efek dari perubahan iklim.
5. **SDGs-14:** Hampir tiga milyar manusia hidupnya tergantung pada sumber daya dan keaneragaman hayati laut. Persediaan ikan dunia telah tereksplorasi serta lautan tercemar sehingga SDGs mendorong tanggung jawab menjaga biota laut untuk kesejahteraan umat manusia.
6. **SDGs-15:** Manusia, satwa dan kehidupan lainnya membutuhkan makanan, udara dan air bersih. Hutan berfungsi membersihkan udara, menjaga sumber air dan menyeimbangkan iklim bumi sehingga SDGs mendorong konservasi ekosistem hutan, lahan basah, lahan kering dan pegunungan.

Sejalan dengan keenam sasaran tersebut, *sustainable entrepreneurship* atau *pro-environmental behavior* dikembangkan menjadi rekayasa sosial untuk disosialisasikan kepada mitra. Pertimbangan ini memiliki keterkaitan dengan aktivitas *green business* dimana dalam aktivitas usaha ini terdapat aspek pemanfaatan air bersih, listrik serta penggunaan detergen. Ketiganya merupakan indikator penerapan bisnis ramah lingkungan. Dengan demikian akan dikaji kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha dan akhirnya ditelaah betapa sulitnya mempertahankan usaha di masa krisis terlebih lagi dalam mensinergikan antara tujuan profit, lingkungan sosial dan ekologi. Dalam konteks teori model tersebut terasa sangat mudah dikaji dan dikembangkan tetapi sebaliknya pada praktek usaha akan banyak menghadapi kendala.

Sebagai upaya memahami pasar dilakukan pendampingan untuk mengembangkan segmen pasar melalui kerjasama dengan pihak-pihak terkait serta diversifikasi layanan. Alternatif untuk menarik konsumen baru diantaranya melalui: (1) memberikan layanan antar jemput, (2) membuat brosur secara digital untuk mempromosikan usaha laundry, (3) memperbaiki spanduk secara lebih menarik, (4) kerjasama dengan penginapan atau hotel, (5) kerjasama dengan rumah indekos yang masih banyak penghuninya khususnya segmen karyawan. (6) membuat penawaran dengan konsumen rumah tangga, (7) menjaga komitmen antara jam buka dan jam tutup laundry agar pelanggan tidak kecewa, (8) menjaga komunikasi dengan pelanggan lama maupun baru, (9) memperhatikan tata letak mesin dan peralatan laundry agar terkesan rapi dan menarik pelanggan, (10) membuat vareasi layanan pendukung usaha laundry, dan (11) tidak lupa memperhatikan protokol kesehatan. Berbagai langkah tersebut dapat dilakukan agar meningkatkan jumlah pelanggan sehingga keuntungan yang dihasilkan juga bertambah.

Hasil dan Pembahasan

Telah dilakukan kegiatan pendampingan kepada pelaku usaha Laundry Boy yang berada di Jalan Ketapang Kelurahan Beji Timur Depok pada Minggu 2 dan 3 April 2021. Usaha ini baru berjalan atau belum genap satu tahun yang memulai operasinya pada Mei tahun 2020. Pada saat itu terjadi peningkatan jumlah penderita Covid-19 serta terjadi pembatasan sosial skala besar (PSBB) sehingga kinerja atau pendapatan usaha ini masih jauh dari stabil. Gambaran suasana usaha Laundry Boy seperti berikut ini. Susana rapi dan tertata terlihat pada tempat usaha ini. Keramahan dengan pelanggan juga terasa dalam usaha ini.



Gambar 2. Suasana Mitra Laundry Boy

Jika dikaitkan dengan pengembangan suatu usaha (*venture*) maka tahapan bisnis tidak lepas dari proses daur hidup (*venture life cycle*). Menurut Leach & Melicher (2012) proses daur hidup suatu *venture* meliputi lima tahapan: “*development stage, startup stage, survival stage, rapid-growth stage, and early-maturity stage*”. Perkembangan tersebut terjadi dalam masa kehidupan suatu usaha sehingga perlu dicermati ciri-ciri pada masing-masing tahapan tersebut. Identifikasi sebagai berikut:

1. **Development stage** merupakan periode pengembangan ide untuk menjadi peluang (*opportunity*) dengan waktu sekitar 1,5 tahun sebelum melakukan startup. Aktivitas entrepreneur terfokus pada produksi prototype, trial proses produksi, delivery dan implementasi hasil trial atau uji coba produk/jasa.
2. **Startup stage** merupakan periode ketika bisnis mulai diorganisasi, dikembangkan dan mulai menghasilkan. Berjalan selama setengah sampai satu tahun dengan aktivitas untuk menambah sumber daya.
3. **Survival stage** merupakan periode ketika pendapatan mulai meningkat dengan masa berjalan sekitar 1,5 tahun setelah masa startup dimana entrepreneur terfokus pada tiga proses entrepreneurial berupa pengembangan ide baru, penambahan sumber daya dan pengelolaan bisnis. Kebutuhan dana eksternal akan diperlukan sehingga perlu laporan keuangan sebagai persyaratan pengajuan pendanaan kepada pihak eksternal.
4. **Rapid-growth stage** merupakan periode ketika revenue dan cash flow berkembang cepat, terjadi antara 1,5 s/d 3 tahun setelah masa startup. Aktivitas entrepreneur terfokus pada *managing dan building operation*. Ekspansi akan dilakukan untuk mempertahankan kinerja penjualan.
5. **Early-maturity stage** merupakan periode ketika revenue dan cash flow mengalami pertumbuhan secara lamban yang mulai terjadi antara 4 s/d 5 tahun setelah masa startup. Aktivitas *entrepreneur* terfokus pada *managing dan building operation*.

Jika dikaji dari tahapan daur hidup suatu *venture* maka usaha jasa Laundry Boy pada katagori “*development stage*” dimana fokus wirausaha masih pada aktivitas produksi prototype, trial proses produksi, delivery dan implementasi hasil trial. Untuk itu perlu mencari gagasan baru yang sesuai dengan kondisi target pasar. Keuntungan juga belum dapat diandalkan sehingga aktivitas yang dilakukan berusaha mendorong permintaan pasar. Oleh karena itu kegiatan pertama berupa pendampingan dengan tujuan menarik pasar dan menyempurnakan strategi pemasarannya. Pendampingan kepada usaha mitra dilakukan dengan penekanan sebagai berikut:

1. Memberikan layanan prima diantaranya memberikan jasa antar jemput. Hal ini perlu diperhatikan untuk memberikan citra positif terkait dengan kecepatan *delivery* khususnya antar jemput pakaian kepada konsumen.
2. Membuat brosur secara digital untuk disebarikan kepada konsumen potensial melalui *whatapps* sebagai media promosikan usaha laundry. Hal ini perlu dilakukan karena

sebelumnya belum pernah membuat brosur. Promosi hanya dari mulut ke mulut antara pelanggan satu ke lainnya.

3. Memperbaiki spanduk/poster secara lebih menarik untuk dipasangkan di depan ruko agar orang-orang yang lalu lalang lebih memperhatikan jasa tersebut. Selain itu dalam spanduk tersebut menunjukkan berbagai spesifikasi jasa yang diberikan oleh usaha laundry tersebut serta nomor whatapps yang dapat dihubungi oleh pelanggan.
4. Membangun kerjasama atau penawaran dengan penginapan untuk mencuci sprei dan perlengkapan penginapan. Selain dapat kerjasama dengan rumah indekos yang masih banyak penghuninya khususnya segmen karyawan. Melalui cara tersebut akan mendapatkan langganan secara periodik.
5. Secara periodik membuat promosi dengan konsumen rumah tangga supaya lebih tertarik untuk mencuci pakaian atau perlengkapan tidurnya.
6. Selalu menjaga komitmen antara jam buka dan jam tutup laundry agar pelanggan tidak kecewa ketika datang ke tempat laundry.
7. Senantiasa menjaga komunikasi dengan pelanggan lama maupun baru supaya merasa diperhatikan dan memilih laundry di tempat tersebut. Memiliki data base/nomor telepon konsumen sehingga mudah menghubungi untuk menanyakan apakah sudah perlu dijemput cucian atau belum. Hal ini untuk memastikan kebutuhan konsumen serta meringankan pihak konsumen.
8. Menata atau memperhatikan tata letak mesin dan peralatan laundry agar terlihat oleh pelanggan pada saat proses pencucian. Selain itu supaya terlihat rapi dan terpercaya sehingga pelanggan merasa yakin memilih laundry ini sebagai tempat mencuci pakaian atau perlengkapan tidurnya.
9. Membuat variasi layanan misalnya laundry karpet atau sepatu meskipun dilakukan melalui bekerjasama dengan usaha laundry lain yang memberikan jasa tersebut. Selain itu dapat diberikan daftar harga ekspres dan harga biasa sebagai bentuk win-win solution antara pelanggan dan pemilik laundry.
10. Karena dalam masa pandemik maka harus memperhatikan protokol kesehatan. Dengan demikian antara pelanggan maupun petugas laundry sama-sama aman dari kondisi pandemik ini. Keuntungan bagi pelanggan melalui laundry ini adalah satu mesin satu pelanggan sehingga kondisi barang yang dicuci tidak tercampur oleh pakaian pelanggan lainnya.

Berbagai langkah tersebut dilakukan secara bertahap dan skala prioritas disesuaikan dengan kemampuan pelaku usaha. Tindakan ini sebagai pendampingan kepada pelaku usaha untuk meningkatkan jumlah pelanggan sehingga penghasilan juga bertambah.

Kegiatan kedua berupa sosialisasi tentang model bisnis berbasis kewirausahaan berkelanjutan. Sebagai usaha yang memberikan jasa laundry kepada konsumen maka keberadaan usaha ini memiliki relevansi dengan SDGs khususnya tujuan ke-6, 8, 12, 13, 14 dan 15. Hal ini perlu diinformasikan kepada pelaku usaha bahwasannya keberanian membuka usaha memiliki kontribusi dengan pembangunan ekonomi meskipun dalam skala sederhana. Selain itu proses kerja mesin berkaitan dengan penghematan air bersih dimana cenderung sedikit penggunaan air dan limbah cair sehingga tidak relatif kecil dalam pencemaran sungai. Dengan demikian melalui jasa ini turut mendorong kesadaran menjalankan usaha secara pro-lingkungan serta menjadi konsumen yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Melalui kepedulian lingkungan berarti turut membangun kesadaran terhadap adanya perubahan iklim, menjaga ekosistem sungai dan kehidupan di darat sehingga berkontribusi menjaga kelestarian lingkungan seperti harapan SDGs. Dengan demikian melalui usaha laundry sebenarnya selain mendapatkan keuntungan juga terdapat keterkaitan dengan menjaga kelestarian lingkungan sungai, menjaga sumber air bersih, menjaga ekosistem darat. Hal ini perlu diinformasikan kepada pelaku usaha bahwasannya aspek go green sebagai nilai tambah dalam membangun usaha tersebut. Sementara bagi konsumen dengan menggunakan

jasa laundry berarti secara tidak langsung terbentuk kesadaran hemat penggunaan air bersih atau menjadi *responsible customer*.

Sebagai evaluasi kegiatan selama tiga bulan terlihat adanya stabilitas jumlah pelanggan meskipun belum sesuai harapan. Pelanggan per hari antara 5-6 pelanggan secara bergantian bahkan terkadang dapat mencapai 8-10 pelanggan. Sebelumnya sering terjadi kekosongan pelanggan sehingga evaluasi menunjukkan peningkatan pelanggan. Belum semua pendekatan dilakukan untuk mendapatkan pelanggan baru namun melalui konsistensi dalam mencari dan menjaga pelanggan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan bagi usaha ini. Dengan demikian komitmen pelaku usaha sangat penting dalam membangun usaha dengan mensinergikan antara orientasi ekonomi tanpa melupakan aspek sosial dan lingkungan hidup. Meskipun sederhana tetapi melalui kegiatan ini dapat mensosialisasikan harapan SDGs kepada khalayak sasaran sehingga makin melengkapi model literasi atau publikasi terkait dengan isu-isu keberlanjutan.

Simpulan

Permasalahan usaha laundry berkaitan dengan aspek manajemen sehingga prioritas kegiatan pengabdian difokuskan untuk membantu mengatasi masalah terkait aspek pasar dan pengetahuan bisnis berkelanjutan. Kegiatan dilaksanakan antara bulan Maret s/d Mei 2021 dengan harapan melalui rekayasa sosial dapat membantu mitra menghadapi keterbatasan merintis usaha. Secara konseptual terdapat model kewirausahaan keberlanjutan, namun implementasi relatif tidak mudah sehingga melalui kegiatan pengabdian mencoba membantu mitra usaha jasa Laundry Boy di Kelurahan Beji Timur Depok. Kondisi pandemik menyebabkan hilangnya pasar yang ditargetkan sebelumnya. Diberlakukannya pembatasan sosial skala besar dan belajar/bekerja dari rumah juga menyebabkan konsumen potensial berkurang secara drastis. Hampir 90% mahasiswa pulang di daerah masing-masing sehingga segmen pasar semakin kecil. Untuk itu aspek manajemen menjadi tantangan bagi pelaku usaha sehingga diperlukan upaya pengembangan segmen pasar dan pengetahuan tentang bisnis berkelanjutan. Seiring itu dilakukan perapian layout supaya proses kerja lebih efisien serta menunjukkan image positif atau *value* kepada pelanggan. Tidak lupa kegiatan ini memberikan sosialisasi tentang perilaku pro-lingkungan kepada konsumen dan pelaku usaha. Meskipun belum maksimal tetapi melalui pendampingan tersebut berhasil meningkatkan stabilitas pelanggan per hari antara 5-6 pelanggan secara bergantian bahkan terkadang mencapai 8-10 pelanggan. Kegiatan ini mampu menjaga kehadiran pelanggan per harinya dimana sebelumnya sering terjadi kekosongan. Hasil evaluasi sementara menunjukkan adanya peningkatan pelanggan sehingga konsistensi dan komitmen pelaku usaha sangat diperlukan dalam menjaga stabilitas pelanggan. Untuk menjaga komitmen tersebut maka kegiatan lanjutan akan diarahkan untuk mengevaluasi masalah lainnya yang belum tersentuh melalui kegiatan sekarang ini.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara atas dukungan pendanaan kegiatan pengabdian Masyarakat dengan SPK Nomor 543-Int-KLPPM/UNTAR/IV/2021. Tidak lupa kami mengucapkan terima kasih kepada tim reviewer yang telah menilai kelayakan proposal PKM sehingga dapat terlaksana kegiatan pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Alhaddi, H. 2015. Triple Bottom Line and sustainability: A Literature Review., *Business and Management Studies*, vol 1. No.2, September. 6-10.
- Leach, J.C., & Melicher, R.W. (2012) *Entrepreneurial Finance*, 4th edition, International Edition.
- Koe, Wei-Loon, Omar, Roaimah, & Majid, Izaidin Abdul. 2014. Factors associated with propensity for sustainable entrepreneurship. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. Vol. 130. 65-74.
- Koe, Wei-Loon, Omar, Roaimah, & Sa'ari, Juan Rizal. 2015. Factors influencing propensity to sustainable entrepreneurship of SMEs in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. Vol. 172. 570-577.
- Majid, Izaidin Abdul & Koe, Wei-Loon. (2012). Sustainable Entrepreneurship (SE): A revised model based on triple bottom line (TBL). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, June, Vol. 2 No. 6. 293-310.
- Mularsih, H., & Nuringsih, K. (2017). Motivasi *green behavior*: Kegiatan bersama POMG Raudhatul Athfal Taufiqurrahman Beji Timur Depok, *Prosiding Senapenmas*, 22-23 November 2017 Untar Jakarta
- Nuringsih, K., & Mularsih, H. (2018). "Sosialisasi Bank Sampah Kepada Dasa Wiswa Di Beji Timur Depok", *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (Senapenmas)*, Universitas Tarumanagara Jakarta, 7-8 September 2018, 127-134.
- Nuringsih, K., Mularsih, H., & Darius A. Haris. (2017). Pengenalan dan implementasi *green behavior* pada taman kanak-kanak di Beji Timur Depok, *Prosiding Senapenmas*, 22-23 November 2017 Untar Jakarta
- Nuringsih, K., & Puspitowati, I. (2017). "Determinants of eco entrepreneurial intention among students: Study in the entrepreneurial education practices", *Advanced Science Letters*, 23(8), pp. 7281–7284. DOI: 10.1166/asl.2017.9351.
- Nuringsih, K., Nuryasman, MN., Mularsih, H, & Frans. (2019). Sudut Hijau: Sebagai Rekayasa Sosial Bagi Program Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga, *Journal Sustainability Community Development (JSCD)*, Vol. 1, No. 1, November, 24-31.
- Nuringsih, K., Nuryasman, M.N., Prasodjo, I., & Amelinda, R. (2019). Sustainable entrepreneurial intention: the perceived of triple bottom line among female students, *Jurnal Manajemen*, Volume XXIII, No. 02, June, 168-190. DOI: <http://dx.doi.org/10.24912/jm.v23i2.472>.
- Racelis, A. D. (2014). Sustainable Entrepreneurship in Asia: A Proposed Theoretical Framework Based on Literature Review, *Journal of Management for Global Sustainability*, 2(1), 49–72.
- Rahaditya., & Nuringsih, K. (2020). Green Entrepreneurship & Legal Preneurship: Suatu Pengenalan Bagi Santri Di Madrasah Aliyah Al-Barokah Hasanussholihat, *Prosiding Serina*, 2 Desember 2020, Untar Jakarta
- Schaltegger., S. and Wagner., M. (2011). Sustainable Entrepreneurship and Sustainability Innovation: Categories and Interactions, *Business Strategy and the Environment Bus. Strat. Env.* 20. 222–237