



Dari Konvensional ke Berkelanjutan: Evolusi Comfy Laundry Menjadi Pelaku Usaha Hijau

Jeremia Hutabarat¹, Fahmi Ramadhan Siregar², Andhika Dharmawan³, Abdiel Junifer T Silalahi⁴, Alif Manggali Abipraya⁵, Arobi⁶, Adyatma Nararya⁷, Adam Vieto⁸
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga¹⁻⁸

*Email:

jeremiamataniari@gmail.com, fahmi.ramadhan.siregar-2023@feb.unair.ac.id, andhikadharmawan7@gmail.com, abdielsilalahi8@gmail.com, a.nararya2004@gmail.com, adamvieto45@gmail.com, arobitaklab632@gmail.com, abipraya6@gmail.com

Diterima: 11-06-2025 | Disetujui: 12-06-2025 | Diterbitkan: 14-06-2025

ABSTRACT

The growth of the service sector in major cities such as Surabaya has driven innovations that emphasize efficiency and comfort. Comfy Laundry and Cafe emerges as a practical solution by combining modern laundry services with a café facility in one place. Strategically located near educational centers, Comfy offers a unique experience for customers, particularly those with high mobility. This business not only relies on conventional systems but also adopts digital technology, uses environmentally friendly equipment and detergents, and provides a comfortable and productive waiting area. This integrated concept becomes a competitive advantage amid the intense competition in the laundry industry. Additionally, Comfy consistently complies with regulations such as UKL-UPL and continues to develop service innovations. This study aims to examine the efficiency strategies, sustainable innovations, and the role of key actors in supporting the sustainability of Comfy Laundry and Cafe amidst the evolving dynamics of the service market.

Keyword: Innovative Laundry, Business Efficiency, Urban MSMEs.

ABSTRAK

Pertumbuhan sektor jasa di kota-kota besar seperti Surabaya mendorong inovasi layanan yang menekankan efisiensi dan kenyamanan. Comfy Laundry and Cafe hadir sebagai solusi praktis dengan menggabungkan layanan laundry modern dan fasilitas kafe dalam satu tempat. Terletak di kawasan strategis dekat pusat pendidikan, Comfy menawarkan pengalaman berbeda bagi pelanggan, khususnya masyarakat dengan mobilitas tinggi. Usaha ini tidak hanya mengandalkan sistem konvensional, tetapi juga mengadopsi teknologi digital, menggunakan peralatan dan deterjen ramah lingkungan, serta menyediakan ruang tunggu yang nyaman dan produktif. Konsep gabungan ini menjadi keunggulan kompetitif di tengah persaingan ketat industri laundry. Selain itu, Comfy secara konsisten mematuhi regulasi seperti UKL-UPL dan terus mengembangkan inovasi layanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi efisiensi, inovasi berkelanjutan, serta peran aktor-aktor penting dalam mendukung keberlangsungan usaha Comfy Laundry and Cafe di tengah dinamika pasar jasa yang terus berkembang.

Kata Kunci: Laundry Inovatif, Efisiensi Usaha, UMKM Urban

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Jeremia Hutabarat, Fahmi Ramadhan Siregar, Andhika Dharmawan, Abdiel Junifer T Silalahi, Alif Manggali Abipraya, Arobi, Adyatma Nararya, & Adam Vieto. (2025). Dari Konvensional ke Berkelanjutan: Evolusi Comfy Laundry Menjadi Pelaku Usaha Hijau. *Indonesia Economic Journal*, 1(1), 84-91. <https://doi.org/10.63822/h07dze13>

PENDAHULUAN

Dalam era modern yang ditandai dengan mobilitas tinggi, digitalisasi, dan tuntutan akan efisiensi waktu, kebutuhan masyarakat terhadap layanan jasa yang praktis dan berkualitas terus mengalami peningkatan. Perubahan pola hidup ini terlihat jelas di kawasan perkotaan besar seperti Surabaya, yang merupakan salah satu kota metropolitan dengan pertumbuhan ekonomi dan kepadatan penduduk yang signifikan. Tingginya aktivitas masyarakat urban telah mendorong munculnya berbagai usaha jasa yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan, salah satunya adalah sektor usaha laundry (Rachmawati, 2020).

Usaha laundry berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan rumah tangga dan individu dalam pengelolaan waktu secara efisien. Data dari Badan Pusat Statistik (2023) menunjukkan bahwa sektor jasa, termasuk laundry, memberikan kontribusi penting terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Surabaya. Hal ini menandakan bahwa keberadaan usaha laundry bukan hanya sebagai pelengkap kebutuhan rumah tangga, melainkan juga sebagai bagian dari dinamika ekonomi lokal yang mendukung pertumbuhan sektor informal dan UMKM (BPS Surabaya, 2023).

Comfy Laundry and Cafe hadir sebagai respon terhadap tren gaya hidup masyarakat urban yang menginginkan pelayanan jasa berbasis kenyamanan dan efisiensi. Terletak di Jl. Dharmawangsa No.98A, Surabaya, usaha ini mengusung konsep inovatif yang memadukan layanan laundry modern dengan fasilitas kafe. Tidak hanya menyediakan peralatan cuci otomatis dan layanan cepat, Comfy juga menciptakan suasana yang nyaman bagi pelanggan untuk bersantai, bekerja, maupun bersosialisasi sambil menunggu pakaian mereka selesai dicuci. Konsep ini menunjukkan adanya pendekatan baru dalam mengembangkan usaha laundry yang berbasis pengalaman pelanggan (customer experience), serta menekankan nilai tambah melalui integrasi layanan (Setyawan & Lestari, 2021).

Selain menawarkan layanan konvensional, Comfy Laundry and Cafe mengadopsi teknologi digital dalam operasionalnya, seperti sistem pemesanan online, pembayaran non-tunai, dan pemantauan status laundry secara real-time. Inovasi ini sejalan dengan tren transformasi digital yang mendorong efisiensi dan transparansi dalam layanan jasa (Wijaya, 2022). Tidak hanya itu, Comfy juga menerapkan praktik bisnis ramah lingkungan, seperti penggunaan deterjen biodegradable, sistem pengolahan air limbah, dan pengelolaan energi yang efisien, sejalan dengan upaya untuk mendukung agenda pembangunan berkelanjutan (UNEP, 2021).

Namun demikian, pengelolaan usaha laundry tidak lepas dari tantangan regulasi, terutama terkait aspek lingkungan hidup. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 27 Tahun 2012 tentang Izin Lingkungan, setiap kegiatan usaha yang berpotensi menimbulkan dampak terhadap lingkungan wajib memiliki dokumen Upaya Pengelolaan Lingkungan Hidup dan Upaya Pemantauan Lingkungan Hidup (UKL-UPL). Oleh karena itu, pelaku usaha seperti Comfy Laundry and Cafe dituntut untuk mampu berinovasi sekaligus tetap patuh terhadap peraturan yang berlaku (Kementerian LHK, 2012).

Dengan mempertimbangkan aspek-aspek tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif strategi operasional, efisiensi layanan, tantangan regulasi, serta peran para pemangku kepentingan dalam pengembangan Comfy Laundry and Cafe. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana UMKM seperti Comfy mampu beradaptasi terhadap dinamika pasar melalui pendekatan inovatif, pelayanan berbasis teknologi, dan kepatuhan terhadap prinsip keberlanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis berbasis **5W + 1H (What, Where, When, Why, Who, dan How)**. Metode ini dipilih karena mampu memberikan kerangka sistematis dalam mengeksplorasi isu-isu kompleks secara komprehensif, terutama dalam konteks pengelolaan usaha berbasis layanan seperti **Comfy Laundry and Cafe**. Pendekatan ini dirancang untuk menjangkau dan mengkaji secara menyeluruh berbagai persoalan yang dihadapi oleh Comfy Laundry, baik dari aspek operasional maupun non-operasional.

Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali informasi kunci dari berbagai perspektif yang saling berkaitan, yang mencakup:

1. What (Apa)

Pertanyaan utama pada aspek ini adalah: *"Apa saja kendala yang dihadapi oleh Comfy Laundry baik dalam aspek operasional maupun non-operasional?"*. Fokus analisis mencakup hambatan teknis, keterbatasan sumber daya manusia, pengelolaan waktu, efisiensi proses cuci, serta tantangan administratif seperti izin lingkungan dan adaptasi teknologi. Pada aspek non-operasional, diperhatikan juga tantangan dalam membangun loyalitas pelanggan, pemasaran digital, dan manajemen reputasi usaha.

2. Where (Di Mana)

Pertanyaan ini menelusuri: *"Di mana letak efisiensi dan inovasi yang telah diterapkan oleh Comfy Laundry dalam menjalankan usahanya?"*. Lokasi fisik usaha di Jl. Dharmawangsa No.98A, Surabaya, menjadi titik strategis yang mendukung efektivitas layanan. Inovasi juga ditemukan pada penerapan sistem digital (online booking, pembayaran non-tunai), integrasi layanan laundry dengan fasilitas kafe, serta pengelolaan ruang yang nyaman dan fungsional. Penelitian akan memetakan lokasi dan fasilitas ini secara langsung untuk menilai dampaknya terhadap efisiensi operasional.

3. When (Kapan)

Pertanyaan yang dikaji di sini adalah: *"Kapan Comfy Laundry didirikan, dan sejak kapan usaha ini mulai bertransformasi dari layanan konvensional ke sistem digital yang inovatif?"*. Peneliti akan menelusuri kronologi pendirian, titik balik perubahan model bisnis, serta momentum inovatif yang berperan dalam proses transformasi digital. Waktu-waktu penting seperti saat pandemi COVID-19 dan awal digitalisasi akan dianalisis sebagai faktor kontekstual yang mempengaruhi perubahan model operasional.

4. Why (Mengapa)

Pertanyaan ini menjawab: *"Mengapa Comfy Laundry memilih untuk menggunakan peralatan dan deterjen yang ramah lingkungan dalam operasionalnya?"*. Penelitian ini menggali motivasi di balik penerapan prinsip keberlanjutan, termasuk kepedulian terhadap lingkungan, peningkatan citra usaha, serta kebutuhan memenuhi regulasi pemerintah (seperti UKL-UPL). Wawancara dengan pemilik usaha akan digunakan untuk memahami orientasi nilai dan strategi jangka panjang yang mendasari keputusan tersebut.

5. Who (Siapa)

Pertanyaan ini mengeksplorasi: *"Siapa saja yang memiliki peran penting dalam perkembangan dan keberlangsungan Comfy Laundry hingga saat ini?"*. Penelitian akan mengidentifikasi aktor kunci dalam usaha ini, mulai dari pemilik, manajer operasional, staf, hingga mitra pemasok dan pelanggan tetap. Analisis

dilakukan dengan pendekatan stakeholder mapping untuk mengetahui peran dan kontribusi masing-masing pihak dalam menjaga kelangsungan dan pertumbuhan usaha.

6. How (Bagaimana)

Pertanyaan terakhir mengulas: "*Bagaimana cara Comfy Laundry beradaptasi terhadap perubahan permintaan layanan yang seringkali dinamis dan tidak terduga?*". Fokusnya adalah strategi adaptasi dan fleksibilitas layanan, seperti penyesuaian harga, layanan antar-jemput, diversifikasi produk, hingga pemanfaatan media sosial untuk komunikasi dua arah dengan pelanggan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap pola kerja harian dan proses pengambilan keputusan operasional.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

- Wawancara mendalam (in-depth interviews) dengan pemilik, staf operasional, dan pelanggan.
- Observasi partisipatif terhadap proses layanan laundry dan aktivitas di area kafe.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi lapangan serta wawancara mendalam dengan pemilik usaha, diperoleh gambaran bahwa *Comfy Laundry and Cafe* tengah menjalankan serangkaian strategi pengembangan layanan yang diarahkan untuk meningkatkan daya saing usaha dan relevansi terhadap dinamika pasar urban yang semakin kompetitif. Pendampingan yang dilakukan dalam kerangka penelitian ini mencakup empat aspek strategis utama, yaitu penggunaan produk ramah lingkungan, penguatan kemitraan strategis, penerapan program keanggotaan (membership), serta digitalisasi sistem faktur dan komunikasi pelanggan.

Strategi pertama menitikberatkan pada pemanfaatan deterjen biodegradable dan produk pembersih yang memiliki dampak ekologis minimal. Langkah ini tidak hanya mencerminkan komitmen Comfy terhadap praktik bisnis berkelanjutan, tetapi juga menjadi nilai jual yang membedakan dari kompetitor. Melalui pendekatan *green marketing*, penggunaan produk ramah lingkungan memberikan citra positif terhadap brand sekaligus menjadi bagian dari kepatuhan usaha terhadap regulasi lingkungan hidup, khususnya yang diatur dalam dokumen UKL-UPL sebagaimana tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 27 Tahun 2012. Dengan demikian, strategi ini memperkuat posisi Comfy sebagai pelaku UMKM yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

Di sisi lain, penguatan kemitraan strategis juga menjadi fokus penting dalam pengembangan layanan. Comfy Laundry menjalin kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan lokal, khususnya pengelola kos-kosan dan hunian sewa di sekitar lokasi usaha. Contoh konkret dari kemitraan ini adalah kerja sama dengan Kos Juwangan, yang memungkinkan perluasan jangkauan layanan tanpa harus membuka cabang fisik baru. Skema layanan antar-jemput pakaian dan promosi gabungan memberikan keuntungan timbal balik: penghuni kos mendapatkan layanan tambahan yang praktis, sementara Comfy memperoleh akses pasar lokal yang lebih luas dan peningkatan volume pelanggan.

Selain itu, Comfy Laundry juga mengembangkan program keanggotaan atau *membership* dalam tiga tingkatan: Silver, Gold, dan Platinum. Strategi ini dirancang untuk mendorong loyalitas pelanggan

melalui skema insentif yang menarik. Setiap tingkatan menawarkan manfaat yang berbeda, seperti potongan harga, merchandise eksklusif, hingga snack mingguan gratis sebagai bentuk apresiasi terhadap pelanggan setia. Pendekatan ini bertujuan untuk memperpanjang siklus kunjungan dan meningkatkan pembelian berulang, sekaligus membangun hubungan emosional yang kuat antara pelanggan dan merek.

Terakhir, digitalisasi sistem faktur dan komunikasi pelanggan menjadi inovasi penting dalam meningkatkan efisiensi layanan. Transformasi ini dimulai dari penggunaan platform WhatsApp sebagai media pengiriman bukti transaksi, yang kemudian berkembang menjadi sistem informasi yang lebih interaktif. Fitur-fitur tambahan seperti riwayat transaksi digital, bukti pembayaran yang terverifikasi, sistem penilaian kepuasan pelanggan (*customer rating*), serta tautan menuju kotak saran daring telah diintegrasikan untuk membangun hubungan yang lebih terbuka dan responsif dengan pelanggan. Inovasi ini tidak hanya menciptakan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat kepercayaan dan keterlibatan pelanggan secara langsung.

Secara keseluruhan, keempat strategi ini menunjukkan bahwa Comfy Laundry and Cafe menerapkan pendekatan berbasis kebutuhan pelanggan yang selaras dengan prinsip keberlanjutan dan transformasi digital. Langkah-langkah tersebut dinilai relevan dan adaptif dalam menghadapi tantangan industri jasa di wilayah urban yang terus berubah secara dinamis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pendampingan yang dilakukan terhadap Comfy Laundry & Café menunjukkan bahwa usaha ini memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi layanan laundry yang unggul, profesional, dan berorientasi pada keberlanjutan. Melalui serangkaian strategi inovatif yang responsif terhadap kebutuhan pasar, Comfy berhasil mengimplementasikan berbagai inisiatif strategis, seperti penggunaan produk ramah lingkungan, kemitraan dengan kos-kosan di sekitar lokasi usaha, penerapan program membership berjenjang, serta digitalisasi sistem faktur.

Penggunaan deterjen biodegradable memperkuat citra Comfy sebagai usaha yang peduli terhadap isu lingkungan. Kemitraan strategis, seperti dengan Kos Juwangan, menunjukkan efektivitas kolaborasi dalam memperluas jangkauan layanan. Selain itu, program membership yang terbagi dalam kategori Silver, Gold, dan Platinum telah dirancang untuk mendorong loyalitas pelanggan secara berkelanjutan. Di sisi lain, sistem faktur digital tidak hanya meningkatkan efisiensi administrasi, tetapi juga membuka peluang untuk menciptakan hubungan yang lebih interaktif dan transparan dengan pelanggan.

Secara keseluruhan, pengembangan ini menjadikan Comfy Laundry & Café tidak hanya sebagai penyedia jasa cuci pakaian, melainkan sebagai pelopor laundry ramah lingkungan yang adaptif terhadap tren pasar dan kebutuhan konsumen di wilayah operasionalnya.

Sebagai pihak yang terlibat langsung dalam proses pendampingan, kami merekomendasikan beberapa langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan Comfy Laundry & Café ke level yang lebih kompetitif dan berkelanjutan:

1. **Penguatan Identitas Ramah Lingkungan.** Comfy perlu membangun narasi yang lebih konsisten dan kuat terkait komitmennya terhadap isu keberlanjutan. Penggunaan label “eco-friendly” di berbagai kanal komunikasi seperti media sosial, kemasan, dan ruang pelayanan akan memperkuat positioning usaha serta menarik segmen konsumen yang peduli terhadap lingkungan.

2. **Maksimalisasi Kemitraan Berbasis Komunitas.** Pendekatan komunitas, terutama di kawasan kos-kosan dan mahasiswa, memiliki potensi besar. Sistem *referral* atau *brand ambassador* yang melibatkan penghuni kos dapat memperluas jangkauan promosi dengan biaya relatif rendah, sekaligus membangun kedekatan emosional dengan konsumen.
3. **Pengembangan Program Membership yang Adaptif.** Program membership sebaiknya tidak hanya berorientasi pada diskon, tetapi juga pada peningkatan pengalaman pelanggan. Misalnya, dengan memberikan akses eksklusif ke acara komunitas di café atau promo khusus. Hal ini akan memperkuat hubungan emosional dan menciptakan loyalitas jangka panjang.
4. **Pemanfaatan Faktur Digital untuk Interaksi Pelanggan.** Faktur digital dapat dikembangkan menjadi media interaksi dengan pelanggan. Fitur seperti rating layanan, histori pencucian, atau tautan ke konten informatif akan meningkatkan keterlibatan dan menunjukkan bahwa suara pelanggan dihargai.
5. **Eksperimen Berbasis Umpan Balik Pelanggan.** *trial-and-error* berbasis data sangat penting dalam dinamika bisnis UMKM. Comfy disarankan untuk terus melakukan eksperimen kecil secara terukur, mengevaluasi hasilnya, dan menyesuaikan strategi sesuai kebutuhan dan respon pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur, kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan program pendampingan terhadap Comfy Laundry & Café. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pengalaman berharga dalam praktik kewirausahaan, tetapi juga memperkaya pemahaman kami dalam menerapkan strategi inovatif yang berorientasi pada keberlanjutan dan kebutuhan pasar.

Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada pemilik dan seluruh tim Comfy Laundry & Café atas keterbukaan dan kerjasamanya selama proses pendampingan berlangsung. Kepercayaan dan semangat kolaboratif yang diberikan telah memungkinkan kami untuk bersama-sama merancang dan mengimplementasikan berbagai inisiatif pengembangan usaha secara nyata.

Kami juga menghargai dukungan dari lingkungan sekitar, termasuk mitra kos-kosan, yang telah berpartisipasi dalam membangun sinergi kemitraan yang strategis. Tidak lupa, apresiasi kami tujukan kepada dosen pembimbing serta seluruh pihak akademik yang telah membimbing kami selama proses ini.

Akhir kata, semoga hasil dari pendampingan ini dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi Comfy Laundry & Café dalam mewujudkan visi sebagai usaha laundry yang ramah lingkungan, profesional, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Surabaya. (2023). *Produk Domestik Regional Bruto Kota Surabaya Menurut Lapangan Usaha 2019–2023*. Badan Pusat Statistik Kota Surabaya.
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2012). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2012 tentang Izin Lingkungan*. Jakarta: Kementerian LHK.
- Rachmawati, D. (2020). Pertumbuhan Bisnis Laundry di Kota Besar: Kajian terhadap Faktor Gaya Hidup Urban. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 18(2), 145–156.

- Setyawan, R., & Lestari, A. (2021). Inovasi Layanan dalam Industri Laundry Berbasis Pengalaman Pelanggan. *Jurnal Inovasi dan Teknologi*, 5(1), 22–35.
- Wijaya, F. (2022). Transformasi Digital UMKM di Indonesia: Studi Kasus pada Sektor Jasa. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 3(3), 98–110.
- UNEP. (2021). *Sustainable Consumption and Production: A Handbook for Policymakers*. United Nations Environment Programme.
- Susanto, H. (2021). Efisiensi Operasional pada Usaha Laundry Skala Kecil dan Menengah. *Jurnal Teknik Industri*, 19(1), 53–64.
- Prasetyo, Y., & Handayani, T. (2022). Peran Teknologi dalam Peningkatan Layanan UMKM di Era Industri 4.0. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 10(2), 75–84.
- Kurniawan, B. (2020). Pengaruh Lokasi Strategis terhadap Keberhasilan Usaha Jasa di Perkotaan. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 15(2), 101–112.
- Nugroho, R. (2019). Analisis Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Diferensiasi Produk. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 45–58.