

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Penerapan Marketing 5.0 dan Konsep Keberlanjutan dalam Industri Jasa Laundry: Strategi untuk Meningkatkan Daya Saing

Ni Putu Dyah Krismawintari, Raden Agus Sarwa Edy & Gede Nyoman Wiratanaya

Universitas Dhyana Pura, Badung Bali

Email: krismawintari@undhirabali.ac.id

Abstract

This study explores the implementation of Marketing 5.0, strategies to promote awareness and adoption of sustainability concepts, and the pivotal role of laundry businesses in advancing the Sustainable Development Goals (SDGs). Integrating Marketing 5.0 in laundry businesses involves harnessing digital technology to enhance operational efficiency and customer engagement. This approach includes website optimization, effective use of social media, and chatbot implementation to facilitate customer interaction. Moreover, laundry businesses can foster sustainability by educating customers about environmental responsibility, using eco-friendly materials, and implementing efficient waste management. As a result, these businesses can make significant contributions to several SDGs, including SDG 6 (Clean Water Availability), SDG 8 (Equitable Work and Economy), and SDG 12 (Consumption and Climate Change). This study empowers laundry industry players, including you, to adapt to market changes, enhance business performance, and drive environmental sustainability.

Keywords marketing 5.0, sustainability, industry laundry, SDGs, digital technology.

1. Pendahuluan

Industri jasa laundry di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat, seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan kebutuhan akan layanan kebersihan. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2023 mencapai lebih dari 270 juta jiwa, yang berimplikasi pada peningkatan permintaan jasa laundry. Penelitian menunjukkan bahwa di Kota Serang, terdapat 317 outlet laundry, dengan 76 responden yang diambil sebagai sampel, yang menunjukkan bahwa industri ini sangat kompetitif dan berkembang pesat.

Namun, industri ini juga menghadapi tantangan besar, termasuk persaingan yang ketat dan dampak lingkungan dari operasionalnya. Data dari penelitian oleh Novyanty (2022) menunjukkan bahwa usaha laundry di Kecamatan Syiah Kuala memiliki potensi pendapatan yang signifikan, dengan rata-rata pendapatan pengusaha laundry mencapai Rp 65.687 per transaksi. Penelitian lain oleh Manurung (2012) menyoroti bahwa prospek usaha laundry di Pekanbaru sangat baik, terutama karena kesibukan masyarakat yang terus meningkat, yang mendorong permintaan akan layanan laundry.

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Namun, terdapat kesenjangan antara pemahaman konsep keberlanjutan dan implementasinya. Sebuah studi di Palangka Raya menemukan bahwa kualitas pelayanan laundry dipengaruhi oleh dimensi seperti kehandalan dan daya tanggap, yang menunjukkan pentingnya pelayanan yang baik untuk mempertahankan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan Marketing 5.0 dan keberlanjutan dalam industri jasa laundry, serta memberikan rekomendasi strategi yang dapat diimplementasikan. Kesenjangan yang ada terletak pada kurangnya pemahaman dan penerapan konsep keberlanjutan dalam strategi pemasaran, yang dapat berkontribusi pada keberhasilan jangka panjang usaha laundry. Adapun rumusan masalah: (1) Bagaimana penerapan Marketing 5.0 dapat meningkatkan efisiensi dan daya tarik pelanggan pada usaha laundry? (2) Apa strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran dan implementasi konsep keberlanjutan dalam usaha laundry? (3) Bagaimana usaha laundry dapat berkontribusi pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) melalui penerapan praktik berkelanjutan? Tujuan penelitian adalah (1) Mengidentifikasi strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan efisiensi dan daya tarik pelanggan pada usaha laundry dengan menggunakan teknologi digital. (2) Mengembangkan strategi untuk meningkatkan kesadaran dan implementasi konsep keberlanjutan dalam usaha laundry. (3) Mengidentifikasi cara-cara usaha laundry dapat berkontribusi pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) melalui penerapan praktik berkelanjutan.

2. Tinjauan Literatur

Definisi Marketing 5.0. Marketing 5.0 adalah paradigma baru dalam pemasaran yang menempatkan manusia sebagai pusat dari strategi dan kampanye pemasaran. Berikut adalah beberapa definisi Marketing 5.0 menurut berbagai sumber. Hermawan Kartajaya (2023) mengungkapkan bahwa Marketing 5.0 adalah puncak dari empat era sebelumnya dalam sejarah pemasaran. Menurutnya, Marketing 1.0 fokus pada produk, Marketing 2.0 pada konsumen, dan Marketing 3.0 pada nilai yang disampaikan oleh merek. Marketing 4.0 merupakan era pemasaran digital dengan teknologi canggih. Marketing 5.0 adalah tentang menggabungkan kekuatan teknologi digital dengan kepribadian manusia untuk menciptakan pengalaman yang lebih dekat dengan konsumen dan memenuhi kebutuhan emosional mereka. Iwan Setiawan (2021) Dalam buku "*Marketing 5.0: Technology for Humanity*" menjelaskan bahwa marketing tidak hanya dilihat dalam aspek bisnis tetapi juga aspek antropologi. Lima elemen penting dalam marketing 5.0 adalah *data-driven, predictive, contextual, agile, dan augmented marketing*.

Pentingnya Marketing 5.0. Pentingnya Marketing 5.0 terletak pada pendekatannya yang lebih manusiawi. Seiring dengan meningkatnya teknologi dan otomatisasi, risiko konsumen merasa diabaikan atau dianggap hanya sebagai angka semakin besar. Pada umumnya, para peneliti mendekati Marketing 5.0 sebagai evolusi dari paradigma pemasaran sebelumnya, khususnya dari Marketing 4.0. Mereka menganggap bahwa konsep ini menggabungkan aspek teknologi digital dengan sentuhan kemanusiaan untuk menciptakan pengalaman yang relevan dan bermakna bagi konsumen (Hermawan Kartajaya, 2023).

Strategi Pemasaran dengan Marketing 5.0. Dalam penerapan Marketing 5.0 Hermawan Kartajaya (2023) mengungkapkan strategi pemasaran yang efektif melibatkan penggunaan

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

teknologi yang meniru perilaku manusia untuk menciptakan, berkomunikasi, menyampaikan, dan meningkatkan nilai. Beberapa strategi yang dapat digunakan adalah (1) Penggunaan Teknologi yang Meniru Perilaku Manusia : Teknologi seperti *artificial intelligence (AI)*, *natural language processing (NLP)*, *sensor*, *robotika*, *augmented reality (AR)*, *virtual reality (VR)*, *IoT*, dan *blockchain* dapat digunakan untuk memahami pelanggan secara mendalam dan menciptakan pengalaman yang lebih dekat dengan konsumen. (2) Model 5A dalam *Customer Path*: yaitu *Aware*, *Appeal*, *Ask*, *Act*, dan *Advocate* dapat digunakan sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian pelanggan hingga mempertahankan loyalitas mereka.

Pengertian Industri Jasa. Industri jasa merujuk pada sektor ekonomi yang menyediakan layanan kepada konsumen dan bisnis, yang tidak menghasilkan barang fisik. Menurut Kotler dan Keller (2023), jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Jasa dapat dikaitkan dengan produk fisik, tetapi sering kali diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, sehingga interaksi antara penyedia dan penerima jasa sangat mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan).

Karakteristik Jasa. Industri jasa memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dari industri barang, yaitu: (1) Intangibility (Tidak Berwujud) Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, atau dicicipi sebelum dibeli. Hal ini membuat pelanggan mencari tanda atau indikator kualitas sebelum melakukan pembelian (Kotler & Armstrong, 2014). (2) Inseparability (Tidak Terpisahkan) Produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan, sehingga interaksi antara penyedia dan pelanggan sangat penting (Tjiptono, 2014). (3) Variability (Variabilitas) Kualitas jasa dapat bervariasi tergantung pada siapa, kapan, dan di mana jasa tersebut diberikan. Ini berarti bahwa pengalaman pelanggan dapat berbeda meskipun layanan yang sama diberikan (Kotler & Keller, 2014). Perishability (Tidak Dapat Disimpan) Jasa tidak dapat disimpan untuk dijual di masa depan. Jika tidak digunakan saat itu juga, kesempatan untuk memberikan layanan tersebut hilang (Tjiptono, 2014).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber akademis dan industri mengenai Marketing 5.0 dan keberlanjutan dalam industri laundry. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi tren, tantangan, dan praktik terbaik yang ada.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Penerapan Marketing 5.0 dalam Usaha Laundry

Penerapan Marketing 5.0 dapat meningkatkan efisiensi dan daya tarik pelanggan dengan menggunakan teknologi digital seperti aplikasi pemesanan online, sistem pelacakan, dan analisis data pelanggan. Contohnya, usaha laundry dapat menggunakan aplikasi untuk mempermudah proses pemesanan dan pelacakan status pakaian, sehingga meningkatkan kenyamanan pelanggan (Hermawan Kartajaya, 2023). Penerapan Marketing 5.0 dalam usaha laundry melibatkan integrasi teknologi canggih dengan nilai-nilai kemanusiaan untuk

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan kenyamanan pelanggan, dan meningkatkan daya tarik. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan:

Mengoptimalkan Website: Membuat website yang dioptimasi untuk mesin pencari (SEO) sangat penting untuk meningkatkan visibilitas online bisnis laundry. Berikutnya adalah penggunaan kata kunci : melakukan riset kata kunci untuk mengetahui kata kunci apa yang sering digunakan oleh calon pelanggan saat mencari layanan laundry di Google (SAB, 2024).

Membangun Komunitas Online Media sosial seperti Facebook dan Instagram adalah platform yang sangat efektif untuk membangun komunitas online dan berinteraksi dengan pelanggan. Bagikan konten yang menarik dan relevan dengan target pasar Anda, seperti tips mencuci pakaian, promo-promo menarik, atau cerita-cerita inspiratif tentang bisnis laundry Anda. Gunakan media sosial untuk menjalankan iklan bertarget. Iklan bertarget untuk menjangkau audiens yang spesifik berdasarkan demografi, minat, dan perilaku mereka (SAB, 2024).

Implementasi Marketing 5.0 dapat melibatkan penggunaan chatbot layanan pelanggan yang diberdayakan AI. Chatbot dapat membantu pelanggan dalam melakukan aktivitas seperti memeriksa status pakaian, memesan layanan, dan memberikan informasi tentang produk dan layanan. Beberapa perusahaan juga menggunakan robot atau sarana otomatis lainnya untuk menggantikan staff frontline. Contohnya, Nestle di Jepang mempekerjakan robot yang diberdayakan AI sebagai pelayan kopi, sementara Hilton di Amerika Serikat bereksperimen dengan robot concierge (MarkPlus Institute, 2023)

Aplikasi Augmented Reality (AR). Pengalaman Digital di Ruang Fisik dengan sensor dan IoT, retailer dapat mereplikasi pengalaman digital di ruang fisik. Contohnya, layar pendeteksi wajah di toko ritel dapat memperkirakan demografi pembeli dan menawarkan promosi yang tepat. Aplikasi AR seperti yang digunakan Sephora atau IKEA memungkinkan pembeli untuk mencoba produk sebelum memutuskan untuk membelinya (MarkPlus Institute, 2023).

Program Promosi dan Komunikasi yang menarik. Contohnya, program gratis mencuci setelah mencuci beberapa kilo dapat meningkatkan minat pelanggan. Program ini dapat dilakukan melalui voucher gratis mencuci atau diskon 20% untuk pelanggan. Komunikasi yang cepat, ramah, dan menyampaikan semua informasi yang pelanggan butuhkan sangat penting. Contohnya, Cotton Wash Laundry membuat link pada bio Instagram untuk memudahkan para pelanggan yang ingin berkomunikasi dengan admin (KoinWorks, 2023).

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, usaha laundry dapat meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan kenyamanan pelanggan, dan meningkatkan daya tarik. Hal ini juga dapat membantu meningkatkan kesadaran dan implementasi konsep keberlanjutan dalam usaha laundry.

4.2 Strategi Meningkatkan Kesadaran dan Implementasi Konsep Keberlanjutan

Strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran dan implementasi konsep keberlanjutan adalah melalui edukasi pelanggan tentang pentingnya keberlanjutan lingkungan. Usaha laundry dapat menyediakan informasi tentang bahan-bahan ramah lingkungan yang

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

digunakan dan proses pengelolaan limbah yang aman (Iwan Setiawan, 2021). Strategi Meningkatkan Kesadaran dan Implementasi Konsep Keberlanjutan dalam Usaha Laundry.

Meningkatkan kesadaran dan implementasi konsep keberlanjutan dalam usaha laundry sangat penting untuk mempertahankan reputasi bisnis dan memenuhi kebutuhan lingkungan. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat digunakan: (1) Edukasi Pelanggan melalui media sosial, brosur, dan iklan untuk meningkatkan kesadaran pelanggan tentang pentingnya keberlanjutan lingkungan. Contohnya, informasi tentang bahan-bahan ramah lingkungan yang digunakan dalam proses pencucian dan pengelolaan limbah yang aman (KoinWorks, 2023). (2) Penggunaan Bahan Ramah Lingkungan seperti deterjen dan bahan kimia lainnya yang ramah lingkungan. Memastikan bahwa semua bahan yang digunakan tidak berdampak negatif pada lingkungan dan tidak mencemari air atau tanah. Ini akan meningkatkan reputasi bisnis sebagai perusahaan yang peduli lingkungan (Sakulaundry, 2023). (3) Pengelolaan Limbah yang Baik dari proses pencucian dapat diolah dan dibuang secara aman. Contohnya, menggunakan sistem pengolahan air limbah yang efektif untuk mengurangi polusi air (Sakulaundry, 2023). (4) Promosi Keberlanjutan melalui label "Ramah Lingkungan" atau "Eco-Friendly" pada produk Anda. Ini akan menarik pelanggan yang peduli lingkungan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya keberlanjutan lingkungan (KoinWorks, 2023). (5) Partisipasi Komunitas dalam program-program komunitas yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan. Contohnya, Anda dapat berpartisipasi dalam acara pembersihan lingkungan atau program penghijauan. Ini akan meningkatkan reputasi bisnis Anda sebagai perusahaan yang peduli lingkungan dan berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan (Sakulaundry, 2023).

4.3 Usaha laundry dapat berkontribusi pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) melalui penerapan praktik berkelanjutan

Usaha laundry dapat berkontribusi pada beberapa Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) dengan menerapkan praktik berkelanjutan dan meningkatkan kualitas layanan. Berikut adalah beberapa cara usaha laundry dapat berkontribusi pada SDGs: (1) SDG 6: Ketersediaan Air Bersih. Usaha laundry yang berfokus pada penggunaan air bersih secara efisien dapat berkontribusi pada SDG 6. Dengan menggunakan teknologi yang lebih ramah lingkungan, seperti mesin cuci yang hemat air, usaha laundry dapat mengurangi konsumsi air dan meminimalkan dampak negatif terhadap sumber daya air (Lintar, 2021). (2) SDG 8: Pekerjaan dan Ekonomi yang Adil. Usaha laundry dapat menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan keluarga, yang berkontribusi pada SDG 8. Selain itu, usaha laundry yang beroperasi dengan baik dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan menyediakan layanan yang terpercaya dan memuaskan (Novyanty, 2022). (3) SDG 12: Konsumsi dan Perubahan Klimat. Usaha laundry dapat berkontribusi pada SDG 12 dengan menerapkan pola konsumsi yang bertanggung jawab. Dengan menggunakan deterjen yang ramah lingkungan dan mengurangi limbah, usaha laundry dapat mengurangi dampak perubahan iklim dan mempromosikan penggunaan sumber daya alam secara berkelanjutan (Lintar, 2021). (4) SDG 13: Aksi Perubahan Iklim. Usaha laundry yang berfokus pada penggunaan energi yang lebih ramah lingkungan dapat berkontribusi pada SDG 13. Dengan mengurangi emisi gas rumah kaca melalui penggunaan energi yang lebih efisien, usaha laundry dapat membantu mengurangi

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

dampak perubahan iklim (Novyanty, 2022). (5) SDG 15: Hutan, Kehutanan, dan Keanekaragaman Hayati. Usaha laundry dapat berkontribusi pada SDG 15 dengan menghijaukan lingkungan. Dengan menanam tanaman di sekitar lokasi usaha atau mengadakan program pembersihan lingkungan, usaha laundry dapat meningkatkan keanekaragaman hayati dan mengurangi polusi udara (Lintar, 2021).

5. Kesimpulan

Penerapan Marketing 5.0 dapat meningkatkan efisiensi dan daya tarik pelanggan pada usaha laundry dengan menggunakan teknologi digital. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital dapat meningkatkan kualitas layanan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Strategi edukasi pelanggan tentang pentingnya keberlanjutan lingkungan dapat meningkatkan kesadaran dan implementasi konsep keberlanjutan dalam usaha laundry. Usaha laundry dapat berkontribusi pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) melalui penerapan praktik berkelanjutan dalam mencapai beberapa Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, seperti SDG 6, SDG 12, dan SDG 13. Usaha laundry harus memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan kenyamanan pelanggan. Usaha laundry harus meningkatkan kesadaran pelanggan tentang pentingnya keberlanjutan lingkungan melalui edukasi dan promosi. Usaha laundry harus berkomitmen untuk mengurangi dampak lingkungan melalui penerapan praktik berkelanjutan seperti penggunaan deterjen ramah lingkungan dan pengelolaan limbah yang aman.

Referensi

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). Ekonomi Indonesia Triwulan I-2024 Tumbuh 5,11 Persen (Y-on-Y). BPS.go.id.
- FIFGROUP. (2022). Jenis-Jenis Usaha Laundry dan Tips Menjalankannya. DANASTRA IFGROUP.
- Hermawan Kartajaya. (2023). Marketing 5.0: Pengertian, Filosofi & Pilar. Pemasaran Pariwisata.
- Hermawan Kartajaya. (2023). Marketing 5.0: Technology for Humanity. UPN "Veteran" Yogyakarta.
- Hidayat, M. (2010). Pengantar Ekonomi Syariah. Zikrul Hakim.
- Iwan Setiawan. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. UPN "Veteran" Yogyakarta.
- Kasir Pintar. (2024). Ketahui 5 Perubahan Customer Path di Era Digital Marketing 4.0
- Kasturi Laundry. (2022). Strategi Peningkatan Omzet Jasa Laundry Kiloan Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Laundry Kiloan di Bumi Ayu Kota Bengkulu). Repository.uinfasbengkulu.ac.id.
- KoinWorks. (2022). Membentuk Sustainability Branding di Bisnis Laundry.
- KoinWorks. (2023). 5 Strategi Branding yang Tepat untuk Bisnis Laundry.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). Marketing Management. Pearson Education.

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

- Lintar. (2021). Pengenalan Model Kewirausahaan Berkelanjutan Pada Usaha Laundry. Repository UNTAR
- Lintar. (2021). Pengenalan Model Kewirausahaan Berkelanjutan Pada Usaha Laundry.
- Manurung. (2012). Prospek Usaha Laundry di Pekanbaru.
- MarkPlus Institute. (2023). Review Buku Marketing 5.0: Technology for Humanity.
- Miftah Thoha. (2009). Kepemimpinan dan Menejemen Suatu Pendekatan Prilaku. Sinar Baru.
- Novyanty. (2022). Analisis Potensi Pendapatan Usaha Laundry di Kecamatan Syiah Kuala.
- Prakerja. (2024). Strategi Membangun Usaha Laundry Kiloan dan Premium.
- Rangkuti, F. (2006). Measuring Customer Satisfaction. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizal Zulkarnain & Achmad Rifai. (2023). Memperkuat Kinerja Pemasaran Usaha Laundry dengan Keunggulan Bersaing. Universitas Banten Jaya.
- SAB. (2024). Strategi Pemasaran Bisnis Usaha Laundry Kiloan.
- Sakulaundry. (2023). Kurangi Dampak Lingkungan dan Optimalkan Keuntungan Bisnis Laundry.
- Salmita Putri Ayu. (2022). Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus Usaha Laundry Kelurahan Tobek Godang Pekanbaru). Repository UIN Riau.
- Sipayung, R. S. G. S. (2023). Dinamika Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2023 dan Proyeksi Tantangan 2024. Setkab.go.id.
- StickEarn. (2023). Mengenal Marketing 5.0 dan Manfaatnya untuk Bisnis.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa. Andi.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)