ISSN: 2807-8721 (Cetak)
ISSN: 2807-937X (Online)
JOEL
Journal of Educational and Language Research
Vol.1, No.9 April 2022

ANALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN JASA LAUNDRY PADA CV. BOS CLEAN LAUNDRY DI KARAWACI TANGERANG

Oleh
Muhamad Akbar
Institut STIAMI
Email: akbargeto@gmail.com

Article History:
Received: 09-03-2022
Revised: 16-03-2022
Accepted: 22-04-2022

Keywords:
Analisis SWOT, Strategi, Pemasaran

Abstract: *Rapid technological developments and changes in human lifestyles make some people choose to use laundry or laundry services to ease their needs. Laundry service businesses need to design a good marketing strategy to face competition. This study aims to conduct a SWOT analysis and formulate a marketing strategy for laundry services at CV. Boss Clean Laundry.*
This study uses a descriptive method with a qualitative approach, data collection techniques using interviews (oral and written) and observation. The data analysis technique uses a SWOT analysis through a SWOT matrix and a SWOT quadrant. The results of this study indicate that the company's strength factors in service quality, distribution, additional services, affordable prices, and available wet and dry areas. On the weak side, there is a lack of human resources, lack of time efficiency, a minimal production process, inappropriate distribution, and a lack of technological skills. On the opportunity factor is the number of rented and student boarding houses, customer satisfaction, and changes in people's lifestyles. On the threat side there is customer loyalty, a high level of business competition, price and quality competition and technology

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi di sektor industri jasa masih memiliki peluang untuk tumbuh dan memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian di Indonesia. Krisis global yang sudah melanda beberapa negara di dunia akibat wabah covid-19 mendorong pelaku usaha mikro untuk menciptakan ide dan inovasi yang dapat menjawab permasalahan kebutuhan di masyarakat.

Usaha mikro merupakan sektor industri jasa yang perlu menjadi perhatian khusus pemerintah karena sangat memiliki peran penting dalam memberikan kontribusi terhadap permasalahan khususnya masalah ekonomi. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian

JOEL ISSN: 2807-8721 (Cetak)
Journal of Educational and Language Research ISSN: 2807-937X (Online)
Vol.1, No.9, April 2022

Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi.

Sektor industri jasa yang sedang bertumbuh di antaranya adalah sektor jasa binatu atau laundry. Jasa Binatu merupakan pelayanan standar yang biasanya disediakan oleh hotel. Namun seiring dengan berkembangnya teknologi dan munculnya kebutuhan masyarakat akibat kesibukan pekerjaan maka mulai banyak bermunculan pelaku usaha yang menawarkan jasa laundry. Diantara bentuk tuntutan kebutuhan masyarakat adalah adanya keinginan agar pakaian dan perlengkapan lain mereka bersih dengan cepat sehingga tidak mengganggu aktifitas pekerjaan utama mereka. Kebutuhan ekonomi masyarakat yang semakin tinggi membuat masyarakat mulai berkutat dengan kesibukannya tanpa sempat melakukan kegiatan domestik ini (Lubis, 2015).

Usaha Bos Clean Laundry adalah bagian dari usaha mikro di sektor jasa binatu yang turut andil dalam membantu pemulihan ekonomi nasional. Jangkauan bisnisnya telah tersebar di beberapa wilayah khususnya daerah tangerang selatan dan sekitarnya. Penawaran jasa binatunya meliputi jasa pencucian pakaian kiloan dan satuan , boneka , selimut, karpet , tas , dan lain-lain.

Dalam meningkatkan bisnis laundrynya, Bos clean laundry juga memiliki rencana bisnis dan strategi pemasaran. Namun di dalam perjalanan usahanya terkadang rencana bisnisnya mengalami hambatan dan strategi pemasarannya mengalami kegagalan. Di antara bentuk hambatannya adalah munculnya banyak pesaing baru dengan pelayanan yang sama, persaingan harga yang ketat, dan fasilitas teknologi pesaing yang lebih canggih.

Agar strategi pemasarannya tidak mengalami kegagalan maka di butuhkan sebuah formulasi strategi yang baik dan tepat sasaran. Untuk menganalisis strategi usaha maka penulis menggunakan analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran jasa laundry Bos Clean Laundry. Analisis SWOT adalah tehnik yang di perkenalkan Alber S Humprey pada tahun 1960an yang merupakan tehnik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriftif. Penelitian kualitatif menekankan pada kedalaman informasi dan analisanya dilakukan dengan memberikan tafsiran atau penilaian-penilaian kualitatif terhadap data-data yang telah ada.

Sumber data penelitian di peroleh dari data primer dan data sekunder.Data primer di dapatkan dari wawancara dan kuesioner secara langsung dengan pemilik usaha data sekunder di dapatkan dari studi pustaka,dokumen usaha, artikel, dan jurnal.

Populasi penelitian ini adalah pemilik , 5 karyawan dan 3 pelanggan loyal dengan sampel menggunakan metode sensus yaitu mengambil seluruh populasi yang ada.
Tehnik pengumpulan data menggunakan Penelitian lapangan (Field work research yaitu observation, interview, kuesioner) dan penelitian kepustakaan (library research).

Tehnik analisa data menggunakan Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai

ISSN: 2807-8721 (Cetak) JOEL
ISSN: 2807-937X (Online) Journal of Educational and Language Research
Vol.1, No.9 April 2022

kekuatan, kelemahan peluang atau ancaman (Tripono 2005) b.) Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini mendeskripsikan bagaimana peluang dan ancaman eksternal (EFAS) yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan (IFAS) yang dimilikinya. c.) Kuadran SWOT yang mengidentifikasikan posisi usaha dalam empat kuadran. Diagram ini menentukan strategi untuk melihat peluang dan ancaman yang dibandingkan dengan kekuatan dan kelemahan dalam melihat posisi kemampuan usaha dalam persaingan

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Matriks SWOT
   a. Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)
   Matriks Evaluasi Faktor Internal (Matriks Internal Factor Evaluation - IFE Matriks) adalah formulasi strategi yang meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis, dan juga memberikan dasar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan untuk mengembangkan Matriks IFE. Berikut adalah matriks internal factor evaluation (IFE Matriks) Bos Clean Laundry.

Tabel 1. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE Matriks)

Faktor Kunci Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Harga terjangkau	0,11	3	0,3
Adanya pelayanan tambahan (parfum)	0,10	4	0,4
Kualitas pelayanan yang memuaskan	0,25	4	1,4
Distribusi gratis	0,14	4	0,47
Total Skor Kekuatan	0,60		2,57
Kelemahan			
Kurangnya efisiensi waktu	0,08	2	0,17
Distribusi tidak tepat	0,11	3	0,3
Sumber Daya Manusia tidak memadai	0,06	2	0,13
Proses produksi yang kurang baik	0,15	3	0,46
Total Skor Kelemahan	0,4		1,06
Total kekuatan + kelemahan	1		3,63

Sumber: Data Penelitian Diolah

Banyaknya faktor yang dimasukkan dalam Matriks IFE, total Rata-rata tertimbang berkisar antara yang terendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5 total rata-rata dibawah 2,5 menggambarkan organisasi yang lemah secara internal, sementara total nilai diatas 2,5 menggambarkan organisasi yang kuat secara internal. Jumlah faktor memiliki pengaruh terhadap kisaran total rata-rata tertimbang karena bobot selalu berjumlah 1,0.

   b. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

JOEL ISSN: 2807-8721 (Cetak)
Journal of Educational and Language Research ISSN: 2807-937X (Online)
Vol.1, No.9, April 2022

Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (Matriks Eksternal Factor-Evaluation-EFE Matriks) berguna untuk memungkinkan para penyusun strategi merangkum dan mengevaluasi informasi ekonomi, social budaya, demografi, lingkungan politik, pemerintahan, hukum, teknologi dan persaingan. Berikut adalah matriks eksternal factor evaluation (IFE Matriks) Bos Clean Laundry.

Tabel 2. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE Matriks)

Faktor Kunci Internal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Berubahnya gaya hidup masyarakat	0,10	2	0,2
Perubahan cuaca	0,09	2	0,18
Kepuasan pelanggan	0,28	4	1,12
Banyaknya kontrakan-kontrakan dan kost-kost mahasiswa	0,15	3	0,45
Total Skor peluang	0,62		1,95
Ancaman			
Tingkat persaingan usaha yang tinggi	0.08	3	0,24
Harga dan kualitas yang saling bersaing	0,06	3	0,18
Teknologi semakin canggih	0,09	2	0,18
Loyalitas pelanggan	0.15	3	0,45
Total Skor Ancaman	0,38		1,05
Total Peluang + Ancaman	1		3

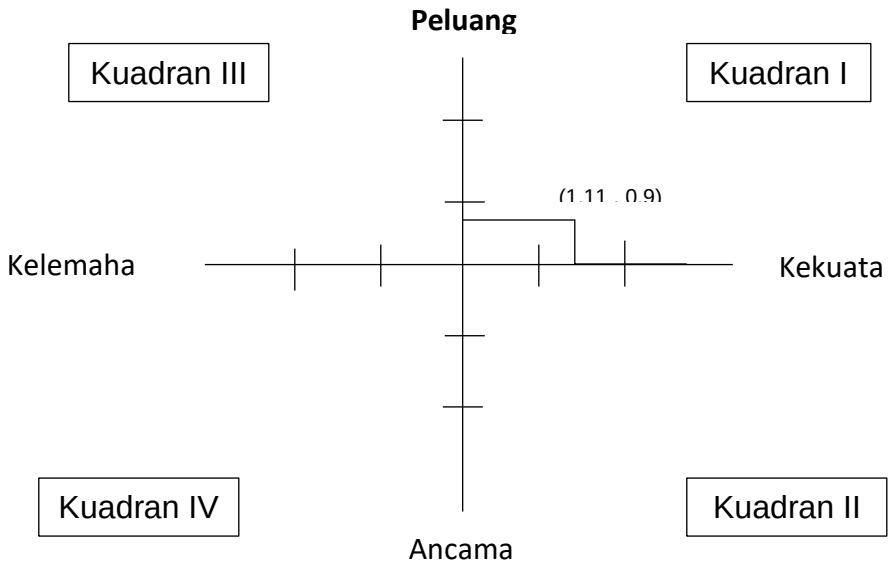
Sumber: Data Penelitian Diolah

Tanpa memperdulikan jumlah peluang dan ancaman kunci yang dimasukkan dalam Matriks EFE, total nilai tertimbang untuk suatu organisasi adalah 4,0 dan nilai terendah adalah 1,0. Total nilai tertimbang rata-rata adalah 2,5. Total nilai tertimbang 4,0 menunjukkan bahwa respons perusahaan sangat baik terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi, sedangkan nilai 1,0 menunjukkan perusahaan tidak memanfaatkan peluang atau tidak menghindari ancaman eksternal.

2. Kuadran SWOT

Diagram SWOT yang mengidentifikasikan posisi usaha dalam empat kuadran. Diagram ini menentukan strategi untuk melihat peluang dan ancaman yang dibandingkan dengan kekuatan dan kelemahan dalam melihat posisi kemampuan usaha dalam persaingan. Hasil perbandingan analisis internal dengan analisis eksternal pada Bos Clean Laundry adalah sebagai berikut :

ISSN: 2807-8721 (Cetak)
ISSN: 2807-937X (Online)
JOEL
Journal of Educational and Language Research
Vol.1, No.9 April 2022



Gambar . 1 Kuadran SWOT Bos Clean Laundry

Sumber: pengolahan data

a. Kuadran I Progresif (S-O Strategi) strategi umum yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengambil setiap keunggulan pada kesempatan yang ada.
b. Kuadran II Diversifikasi Strategi (W-O Strategi) perusahaan dapat membuat keunggulan pada kesempatan sebagai acuan untuk memfokuskan kegiatan dengan menghindari kelemahan.
c. Kuadran III Ubah Strategi (W-T Strategi) Meminimumkan segala kelemahan untuk menghadapi setiap ancaman.
d. Kuadran IV Strategi Bertahan (S-T Strategi) Menjadikan setiap kekuatan untuk menghadapi setiap ancaman dengan menciptakan diversifikasi untuk menciptakan peluang.

Dari hasil analisis data dapat di ketahui posisi Bos Clean laundry terletak pada Kuadran I (Progresif). Posisi ini menandakan organisasi memiliki peluang, artinya organisasi dalam keadaan kondisi kuat sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Hal ini juga di dukung oleh bobot nilai yang baik dalam lingkungan internal pada posisi kekuatan (Strength) dan dikuadran dalam lingkungan eksternalnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa posisi dalam persaingan Bos Clean Laundry berdasarkan kuadran SWOT berada pada kuadran I atau kuadran pertama (Progresif), hal ini menunjukkan usaha laundry memiliki kekuatan yang baik yang dapat dimanfaatkan sebagai peluang dalam mendorong pengembangan usaha.

KESIMPULAN

1. Faktor Internal

Bos Clean Laundry memiliki kekuatan dalam kualitas pelayanan yang memuaskan seperti pelayanan dengan sepenuh hati dan ramah, Distribusi gratis ,mengantar cucian ataupun

JOEL ISSN: 2807-8721 (Cetak)
Journal of Educational and Language Research ISSN: 2807-937X (Online)
Vol.1, No.9, April 2022

mengambilnya dengan tidak dipungut biaya, selain itu wangi parfum nya juga memiliki bau yang berbeda, Harga yang diberikan terjangkau dan mempunyai fasilitas untuk proses produksi bagi karyawan dalam bekerja. Kelemahan yang harus di perbaiki adalah pengetahuan tentang teknologi , Sumber Daya Manusia (SDM) tidak memadai, dan kurangnya efisiensi waktu.

2. Faktor Eksternal

Usaha bisnis Bos Clean Laundry memiliki peluang yang dapat di manfaatkan dengan baik yaitu lokasi yang strategis yang di dukung dengan kontrakan-kontrakan dan kost-kost mahasiswa, , Kepuasan pelanggan.Berubahnya gaya hidup masyarakat, Perubahan cuaca yang tidak menentu. Selain peluang , ancaman juga perlu di perhatikan yaitu adanya para pesaing yang bermunculan,
teknologi yang semakin canggih, harga dan kualitas laundry yang saling bersaing satu sama lain.

Strategi yang dapat dilakukan adalah :

a. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas maupun kuantitas pelayanan (Customer Satisfaction)
b. Meningkatkan kinerja dan memperbaiki sistem untuk mengatasi kelemahan (weaknesses) dan hambatan yang ada.

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat di sarankan hal sebagai berikut :

a. Pemilik usaha perlu Mempertahankan kualitas pelayanan dengan membuat promo cucian dan menjaga kepercayaan konsumen agar merasa puas dan loyal terhadap usaha serta mempertahankan lokasi usaha yang sudah strtegis.
b. Pemilik usaha harus menambah karyawan agar proses distribusi berjalan dengan lancar serta memberikan kepuasan kepada pelanggan, sehingga pelanggan tidak menunggu lama.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Akhmad, Jaenudin. (2005). *Aplikasi Pemasaran dan Salesmanship Edisi Keempat*. Jakarta : Lentera Ilmu Cendekia.
[2] Assauri, Sofjan 2013. *Manajemen Pemasaran* . Jakarta : Rajawali Pers.
[3] Fred R. David, 2009, *Manajemen Strategis*. Salemba Empat Jakarta
[4] Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan.* Edisi satu. *Cetakan ketujuh.* Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
[5] Khasandra, M.Fidel. 2017. Analisis SWOT Bisnis Laundry Ud Rafa Laundry Klindocare Di Duri Provinsi Riau (Studi Formulasi Strategi Bersaing). Riau: Universitas Riau
[6] Kotler dan Keller. (2009) . *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta : Erlangga.
[7] Nirmala, Preti Adam. 2018. Analisis Strategi Pengembangan Usaha *Pirez Laundry* Samarinda. Kalimantan: Universtas Mulawarman
[8] Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*, Bandung: CV Pustaka Setia, h. 14.
[9] Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
[10] Rumekso S E edisi 1, 2001 *Housekeeping Hotel*, Andi Yogyakarta