

## **Analisis Strategi Persaingan kualitas Pelayanan pada UKM Laundry (Studi Kasus pada Bless Laundry Manado)**

Jenny Nancy Kaligis <sup>1</sup>, Stanny Sicilia Rawung <sup>2</sup>

<sup>1,3</sup> *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Manado*

DOI : [10.37531/sejaman.v4i3.2401](https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i3.2401)

### **Abstrak**

Bisnis laundry merupakan salah satu jenis UKM dalam industri rumahan bidang jasa yang sedang berkembang saat ini. Permintaan terhadap bisnis laundry ini semakin meningkat terutama bagi para pekerja/pegawai hingga mahasiswa yang memiliki kesibukan setiap harinya. Sehingga jasa laundry menjadi salah satu alternatif untuk menghemat waktu dalam melakukan pekerjaan.

Penelitian ini bertujuan membahas permasalahan untuk menentukan faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman berdasarkan analisis internal, eksternal, dan kualitas pelayanan yang kemudian menentukan rumusan strategi bersaing yang relevan bagi perusahaan jasa laundry khususnya Bless Laundry berdasarkan analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Bless Laundry Manado Berdasarkan hal tersebut peneliti menyarankan strategi bersaing yang dapat diterapkan Bless Laundry dalam menghadapi persaingan sesuai dengan keadaan yang ada yaitu intensive strategis khususnya strategi penetrasi pasar (market penetration). Strategi penetrasi pasar (market penetration) dapat diterapkan oleh Bless Laundry melalui Matriks SWOT dengan menerapkan strategi promosi. Strategi promosi dapat dilakukan dengan cara memperluas wilayah promosi dan memanfaatkan kekuatan teknologi yaitu internet sebagai sarana promosi, menerapkan reward kepada para pelanggan untuk menjaga loyalitas pelanggan dan menarik pelanggan baru.

**Kata kunci** : *Strategi Bersaing, Analisis Internal, Analisis Eksternal, Kualitas Pelayanan.*

Copyright (c) 2022 Jenny Nancy Kaligis

---

✉Corresponding author :

Email Address : [jennykaligis@unima.ac.id](mailto:jennykaligis@unima.ac.id)

### **PENDAHULUAN**

Persaingan bisnis menuntut suatu perusahaan untuk merancang strategi bersaing yang mampu bertahan di pasar bisnis. Tujuan dasar suatu bisnis tidak lagi berupa keuntungan/laba, dan penciptaan dan penambahan nilai bagi pelanggan. Dengan strategi yang dilakukan dalam bisnis, maka perusahaan dapat bersaing secara lebih efektif untuk mengungguli cangkupan pasarnya.

Dalam menjalani persaingan yang ada, pelaku usaha bisnis dituntut untuk menetapkan strategi bersaing agar dapat mempertahankan eksistensi usahanya dalam lingkungan persaingan. Menurut (Hariadi, 2005) Strategi bersaing adalah langkah-langkah strategis yang terencana maupun tidak terencana untuk dapat memiliki keunggulan bersaing sehingga dapat menarik perhatian konsumen, memperkuat posisi dalam pasar, dan bertahan terhadap tekanan persaingan. Dengan demikian dapat dipahami bahwa strategi bersaing akan berjalan dengan baik apabila perusahaan mampu menjelaskan keunggulan bersaing yang merupakan suatu nilai lebih dibandingkan pesaing. Keunggulan bersaing ini akan memudahkan perusahaan untuk meraih keuntungan/laba lebih besar dibandingkan pesaing dan memberikan kesempatan hidup lebih lama dalam persaingan.

Bisnis laundry merupakan salah satu jenis UKM dalam industri rumahan bidang jasa yang sedang berkembang saat ini. Laundry menyediakan jasa pencucian pakaian mulai proses pencucian hingga pengeringan dan hingga tahap penyelesaian dimana pakaian diberikan kepada konsumen sesuai dengan yang diharapkan. Permintaan terhadap bisnis laundry ini semakin meningkat terutama bagi para pekerja/pegawai hingga mahasiswa yang memiliki kesibukan setiap harinya. Sehingga jasa laundry menjadi salah satu alternatif untuk menghemat waktu dalam melakukan pekerjaan. Tingginya tingkat permintaan terhadap jasa pelayanan laundry menjadi salah satu pendorong para masyarakat untuk berbisnis laundry. Disamping itu bisnis laundry merupakan suatu bisnis yang tergolong mudah karena resiko yang dihadapi minim dibandingkan bisnis lainnya. Bisnis laundry juga dapat dilakukan di rumah sendiri sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya yang banyak untuk menyewa tempat untuk melakukan bisnis ini.

Usaha kecil menengah (UKM) adalah suatu kegiatan ekonomi yang berperan penting untuk suatu negara atau daerah. UKM merupakan kegiatan ekonomi kecil yang berpengaruh besar dalam industri rumahan dan kegiatan ekonomi yang memiliki peran besar dalam menyerap tenaga kerja yang besar. Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) dewasa ini meningkat karena sifatnya yang cukup fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut permintaan pasar.

Salah satu usaha laundry yang ada di kota Manado adalah Bless Laundry. Bless Laundry salah satu bisnis laundry yang telah beroperasi ± 5 tahun dan berdiri di lingkungan yang mayoritas mendirikan usaha laundry, karena kurang lebih dapat ditemukan 5 outlet pesaing di kota Manado. Berdasarkan faktor lokasi, maka Bless Laundry harus mampu bersaing dengan laundry lainnya untuk merebut para pelanggan. Hal tersebut seharusnya menjadikan Bless Laundry siap dalam merancang strategi supaya dapat tetap bertahan dan tetap diminati oleh konsumen.

Dalam menciptakan strategi bersaing maka Bless Laundry perlu untuk mengetahui kondisi lingkungan internal yaitu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki maupun lingkungan eksternalnya yaitu peluang dan ancaman yang dimiliki dan kualitas pelayanan yang diterapkan. Terutama dalam menghadapi para pesaing-pesaingnya, maka Bless Laundry harus memanfaatkan keunggulannya untuk menghadapi para pesaing sehingga Bless Laundry akan memiliki daya saing yang tinggi. Pentingnya daya saing tinggi menjadi tolak ukur sebuah usaha dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya. Melihat persaingan yang semakin ketat, maka Bless Laundry perlu menetapkan perumusan strategi bersaing yang tepat dengan menemukan faktor-faktor internal maupun eksternal dan kualitas pelayanan

yang dapat mempengaruhi tingkat keberhasilan strategi. Kekuatan usaha jasa laundry akan menjadi modal utama usaha jasa laundry untuk bersaing memanfaatkan peluang yang ada.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan bagian dari isi laporan yang menjelaskan pendekatan dan metode penelitian yang sedang dilaporkan. Penelitian ini meneliti mengenai strategi bersaing yang diterapkan pada Bless Laundry, yang meliputi analisis lingkungan internal, analisis lingkungan eksternal, dan kualitas pelayanan

## HASIL PENELITIAN

### Analisis dan Interpretasi Data

Setelah data berhasil dikumpulkan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengolahan data. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.

#### a. Teknik Analisis Deskriptif

Metode penelitian adalah salah satu teknis dan cara mencari, memperoleh, mengumpulkan dan mencatat data, baik berupa primer maupun data sekunder yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Pendekatan deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini yaitu dengan cara memberikan gambaran mengenai data atau kejadian berdasarkan fakta-fakta yang tampak pada situasi yang diselidiki peneliti dan objek yang diteliti terpisah, proses penelitian yang dilakukan melalui pengukuran dengan alat yang baku yaitu matriks SWOT.

#### b. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data "kasar" yang timbul dari beberapa catatan tertulis di lapangan. Reduksi dalam pengumpulan data mencakup kegiatan meringkas data yang ada di dalam catatan lapangan, mengkode hasil catatan lapangan dikaitkan dengan pertanyaan penelitian,

membuat gugus-gugus pembahasan dalam matriks kasar untuk mempermudah analisis, membuat partisi dan menulis memo di dalam catatan lapangan. Reduksi ditujukan untuk menajamkan, menggolongkan, mengeliminasi yang tidak diperlukan serta mengorganisir data untuk memperoleh kesimpulan akhir.

#### c. Matriks SWOT

Matriks Kekuatan - Kelemahan - Peluang - Ancaman (Matriks SWOT) merupakan alat yang penting untuk membantu manager mengembangkan empat tipe strategi, yaitu SO (Strength-Opportunities), WO (Weakness-Opportunities), ST (Strengths-Threats) dan WT (Weakness-Threats). Untuk membuat matriks SWOT terdapat delapan langkah yang harus dilakukan, yaitu:

1) Tuliskan peluang eksternal kunci perusahaan.

- 2) Tuliskan ancaman eksternal kunci perusahaan.
- 3) Tuliskan kekuatan internal kunci perusahaan.
- 4) Tuliskan kelemahan internal kunci perusahaan.
- 5) Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan catat strategi SO dalam sel yang ditentukan.
- 6) Cocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan catat strategi WO dalam sel yang ditentukan.
- 7) Cocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan catat strategi ST dalam sel yang ditentukan.
- 8) Cocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan catat strategi WT dalam sel yang ditentukan.

### **Kualitas Data**

Untuk menghindari kesalahan data yang akan dianalisis, maka keabsahan data perlu diuji dengan beberapa cara sebagai berikut:

#### **a. Uji Kredibilitas**

Menurut (Sugiyono, 2008) uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dilakukan dengan:

##### **1) Meningkatkan Ketekunan**

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Meningkatkan ketekunan ini berarti peneliti melakukan pengecekan kembali apakah data yang telah ditemukan itu salah atau tidak. Demikian juga dengan meningkatkan ketekunan maka peneliti dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang yang diamati.

##### **2) Triangulasi**

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknis pengumpulan data dan triangulasi waktu.

##### **- Triangulasi Sumber**

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas dan dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

##### **- Triangulasi Teknik**

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data yang diperoleh dengan wawancara lalu dicek dengan observasi, dokumen, atau kuesioner.

##### **- Triangulasi Waktu**

Waktu sering mempengaruhi kredibilitas data. Dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.

##### **3) Menggunakan Bahan Referensi**

Maksud dari bahan referensi adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Sebagai contoh adanya data hasil wawancara perlu didukung oleh adanya rekaman wawancara. Data interaksi manusia atau gambar-gambar suatu keadaan perlu didukung oleh foto-foto, dalam laporan

penelitian, sebaiknya data yang dikemukakan perlu dilengkapi dengan foto-foto atau dokumen autentik sehingga lebih terpercaya.

b. Pengujian Transferability

Dalam memahami hasil penelitian kualitatif sehingga ada kemungkinan untuk menerapkan hasil penelitian tersebut, maka peneliti dalam membuat laporannya harus memberikan uraian yang rinci, jelas, sistematis dan dapat dipercaya. Pembaca menjadi jelas atas hasil penelitian tersebut, sehingga dapat memutuskan dapat atau tidaknya untuk mengaplikasikan hasil penelitian tersebut di tempat lain. Bila pembaca laporan penelitian memperoleh gambaran yang sedemikian jelasnya. "semacam apa" suatu hasil penelitian dapat diberlakukannya (transferability), maka laporan tersebut memenuhi standart transferabilitas.

c. Pengujian Dependability

Suatu penelitian yang reliabel adalah apabila orang lain dapat mengulangi atau mereplikasi proses penelitian. Dalam hal ini dependability disebut reliabilitas. Uji dependability dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Caranya dilakukan oleh auditor yang independen atau pembimbing untuk mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian. Bagaimana peneliti mulai menentukan masalah atau fokus, memasuki lapangan, menentukan sumber data, melakukan analisis data, melakukan uji keabsahan data sampai dengan membuat kesimpulan ditunjukkan oleh peneliti.

d. Pengujian Konfirmability

Dalam pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan, menguji konfirmability berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standart konfirmability.

### **Pembahasan dan analisis**

Strategi SO (Strengths - Oportunities)

Strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan meningkatkan kerjasama dengan hotel atau guest house sehingga menambah pangsa pasar.

Program Kerja :

Kerjasama dengan guesthouse di sekitar Bolevart Manado atau hotel-hotel disekitar Bolevart Manado.

Prioritas Program :

Pelaundryan pada fasilitas (sprei, handuk, dan selimut) guesthouse/hotel.

Strategi WO (Weaknesses - Oportunities)

Strategi yang dapat dilakukan yaitu yang pertama membuat laporan keuangan dengan sistematis dan berkala sehingga tujuan serta keuangan usaha dapat terarah. Yang kedua memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan promosi laundry (*review*) dengan menggunakan sosial media untuk memperluas pasar.

Program Kerja :

Membuat laporan keuangan secara pembukuan agar mengetahui secara pasti keuntungan yang didapat.

- Menggunakan teknologi untuk promosi laundry (*review*) berupa ulasan yang dapat dituliskan oleh pelanggan.

Prioritas Program :

- Pembuatan format pembukuan keuangan dalam bentuk neraca keuangan.

- Pengadaan alamat, informasi, pemberian *rating*, dan *review* seputar Bless Laundry di *Google*, atau web sendiri.

Strategi ST (Strengths - Treats)

Strategi yang dapat dilakukan yang pertama dengan melakukan inovasi program laundry agar jasa laundry dapat bertahan di persaingan yang kompetitif. Dan sebisa mungkin mempertahankan tingkat harga walaupun harga bahan baku tidak stabil.

Program Kerja :

Membuat dan menawarkan inovasi program (pemberian *reward*/diskon) kepada masyarakat sekitar makeret, kampus, lawangirung dan malalayang.

Menjaga harga Rp 5.000/kg yang sudah ditetapkan tidak merugikan pihak pemilik ataupun pihak pelanggan.

Prioritas Program :

Membuat brosur yang ditempelkan atau pesan berantai tentang adanya pemberian *reward* atau diskon sesuai ketentuan yang berlaku.

Mencari bahan baku (deterjen, pewangi) alternatif lain disaat terjadi ketidakstabilan harga.

Strategi WT (Weaknesses - Treats)

Strategi yang dapat dilakukan yaitu pemilik dapat menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Program Kerja :

Pemilik menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Prioritas Program :

Pemilik berada di outlet untuk melayani pelanggan terutama saat menerima dan memberikan pakaian.

## SIMPULAN

Fungsi manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, penempatan staff, pemotivasian, dan pengontrolan masih terbilang sederhana. Dimana perencanaan belum terarah dan tersusun dengan baik, dalam pengorganisasian pun pemilik hanya dibantu 2 karyawan untuk melakukan produksi sehari-hari dan pemilik tidak

memberikan penempatan staff khususnya job description secara khusus, namun dalam memberikan motivasi kepada karyawan pemilik memiliki cara untuk meningkatkan kinerja karyawan diantaranya menjaga komunikasi, saling terbuka, menyalurkan semangat dari diri sendiri dan memberikan reward dibeberapa momen. Yang terakhir dalam pengontrolan pemilik Bless Laundry melakukannya sendiri setiap hari meliputi pengontrolan pada nota yang masuk pada hari itu, pengontrolan pada tiap proses laundry diantaranya proses pencucian, pengeringan, penyetricaan, dan pengepakan untuk memastikan pengembalian kepada pelanggan secara tepat waktu. Analisis internal dalam sisi manajemen belum dilakukan dengan baik oleh pemilik Bless Laundry. - Produk yang ditawarkan oleh Bless Laundry adalah bentuk jasa cuci baik dalam hitungan per kg ataupun satuan Untuk harga Bless Laundry menawarkan jasa dengan harga yang berbeda berdasarkan waktu siap ambil pakaian. Untuk promosi Bless Laundry cenderung pasif, menggunakan sales promotion dan word of mouth. Tempat yang dijadikan outlet usaha Bless Laundry merupakan tempat yang strategis sehingga mudah dijangkau pelanggan. Yang paling diutamakan oleh Bless Laundry yaitu kebersihan, kerapian dan wangi pakaian serta dikembalikan dengan tepat waktu. Analisis internal dalam sisi pemasaran Bless Laundry sudah cukup baik.

## Referensi :

- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Boyd, H. W., & dkk. (2000). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Cooper, D. R., & Emory, C. W. (1996). *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 5 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Coulter, M., & Robin, S. P. (2010). *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Dirgantoro, C. (2001). *Manajemen Strategik: Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta: PT Gramedia Widhiarsana Indonesia.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory*. Chicago: Aldine Publishing Company.
- Glueck, & Jauch. (2000). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Hariadi. (2005). *Strategi Manajemen*. Jakarta: Bayumedia Publishing.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2001). *Manajemen Strategis Daya Saing dan Globalisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hunger, D. K. (2003). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Jatmiko, R. (2004). *Manajemen Strategik*, Edisi Pertama. Malang: EMM Press.
- Jenny, N. K (2020). *Internasional jurnal of Business and Internasional Management*. Lifestyle and consumers' choice of laundry services in Manado city.
- Jenny, N. K (2019). *Journal of Internasional conference proceedings*. Analysis of small and medium enterprises on increasing income
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Pemecahan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kuncoro, M. (2005). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif?* Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Oentoro, D. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Porter, M. E. (2007). *Strategi Bersaing (competitive strategy)*. Tangerang: Kharisma Publishing Group.
- Purwanto, I. (2006). *Manajemen Strategi*. Bandung: Yrama Widya.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2010). *Manajemen (edisi kesepuluh)*. Jakarta: Erlangga.
- Sofyan Indris, I. P. (2015). Internal And External Environment Analysis On The Performance Of Small And Medium Industries (Smes) In Indonesia. *International Journal Of Scientific & Technology Research*, Volume 4, Issue 04, page:18-196.
- Spradley, J. P. (1980). *The Participation Observation*. New York: Reinhart & Winston.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, d. D. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- W.A.D.S.WIJETUNGE. (2016). Service Quality, Competitive Advantage and Business. *International Journal of Scientific and Research Publications*, Volume 6, Issue 7, page:720-728.
- Wahjono, & Imam, S. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.