

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka pengamatan dan pengolahan data yang dilakukan oleh penulis pada UKM Raya Laundry 2 dilakukan dengan metode SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) yang lalu diolah kembali dengan metode QSP (Quantitative Strategic Planning) yang mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kekuatan UKM Raya Laundry 2 (*Strength*):

a. Hasil laundry yang bersih

Hasil cuci & gosok yang bersih adalah keinginan prioritas dari customer. Karena poin itu dapat menjadi alasan customer akan menjadi pelanggan tetap terhadap salah satu laundry.

b. Kerapihan *packing*

Kerapihan *packing* biasanya akan menjadi ujian konsistensi terhadap karyawan laundry. Karena kerapihan *packing* ditunjang dari fokus dan kesabaran dari karyawan.

c. Pelayanan yang ramah

Pelayanan yang ramah terkadang menjadi detail yang dispelekan oleh beberapa karyawan dari sebuah UKM. Tetapi pada UKM Raya Laundry 2, hal itu menjadi salah satu yang utama demi mempertahankan kualitas pelayanan.

d. Buka setiap hari dalam satu pecan

Raya laundry 2 memiliki keunggulan dari laundry lain karena Raya Laundry 2 buka setiap hari, terkecuali kedua karyawan mengalami kendala seperti sakit.

e. Hasil yang harum

Pewangi dan parfum yang dipakai oleh suatu laundry tergantung oleh subjektivitas karyawan. Di sinilah karyawan harus pandai dalam bereksperimen untuk membuat pelanggan tetap nyaman terhadap aroma hasil cuci & gosok.

2. Kelemahan UKM Raya Laundry 2 (*Weakness*):

a. Bergantung pada PDAM

Salah satu kelemahan UKM Laundry 2 yaitu masih bergantung pada PDAM. Memang Raya Laundry 2 sudah menggunakan turrent, tetapi jika PDAM mengalami gangguan berhari-hari maka akan mengganggu sistem pelayanan karena tersendatnya proses pengerjaan.

b. Bergantung pada karyawan

Pada saat ini Raya Laundry 2 hanya memiliki 2 karyawan yang adalah pasangan suami istri. Jadi jika kedua karyawan tersebut memiliki hambatan yang bersamaan untuk membuka pelayanan, maka Raya Laundry 2 terpaksa tidak membuka pelayanan.

c. Manualnya pembukuan

UKM Raya Laundry masih menggunakan alat pelayanan yang konvensional/manual seperti pendataan pemasukkan, pembuatan nota dan penyimpanan pemasukan.

d. Kurangnya promosi

Semenjak berdirinya sampai pada saat ini, UKM Raya Laundry 2 masih mengandalkan promosi dari rekomendasi pelanggan ke pelanggan.

3. Peluang UKM Raya Laundry 2 (Opportunities):

a. Rendahnya minat masyarakat untuk cuci & gosok

Salah satu motivasi orang untuk menggunakan jasa laundry adalah ketidak-sempatan orang untuk mencuci & menyetrika pakaiannya sendiri.

b. Tetap melayani dengan optimal ketika hari libur panjang

Tidak banyak laundry yang membuka pelayanan ketika hari libur panjang, maka itu menjadi suatu peluang untuk menambah kuantitas pelanggan baru.

c. Digitalisasi pelayanan

Penggunaan pelayanan yang manual seperti yang digunakan UKM Raya Laundry 2 berdampak pada pelayanan yang kurang efektif & efisien. Disamping itu pelayanan manual juga berisiko seperti contohnya: hilangnya pendataan pemasukan maupun pengeluaran karena hanya mengandalkan teknik pembukuan

d. Digitalisasi promosi

Pada Revolusi Industri 4.0 menuntut untuk digitalisasi segala aspek. Salah satunya adalah strategi marketing, karena promosi konvensional hanya terbatas oleh jaringan pelanggan yang sempit dan terbatas dan berdampak pada tidak maksimalnya kuantitas pelanggan.

e. Merger dengan brand pelayanan cuci lain

Merger dengan brand pelayanan cuci lain seperti misalnya: brand cuci karpet, cuci sepatu. Dengan kerjasama menggunakan metode sharing profit, Agar dapat lebih mengembangkan pasar.

4. Ancaman UKM Raya Laundry 2 (*Threats*):

- a. Munculnya pesaing yang lebih berkualitas

Pada UKM Laundry sangatlah mengandalkan kepercayaan pelanggan. Salah satu faktor penunjang kepercayaan pelanggan adalah kualitasnya pelayanan yang diberikan oleh karyawan.

- b. Tingginya minat masyarakat untuk cuci & gosok mandiri

Jika minat masyarakat untuk cuci & gosok sudah tinggi maka kuantitas pelanggan UKM Laundry akan turun juga.

- c. Kesehatan karyawan

UKM Raya Laundry 2 hanya memiliki 2 karyawan. Keterbatasan kuantitas karyawan menjadikan ancaman ketika tingginya kuantitas pelanggan tidak dibarengi dengan kualitas kesehatan karyawan yang prima.

- d. Gangguan PLN

UKM Raya Laundry 2 bergantung pada listrik karena mesin cuci, mesin pengering, pompa, lampu penerangan itu bergantung pada sumber listrik. Jadi, jika adanya pemadaman listrik maka akan mengganggu jalannya kegiatan pelayanan.

- e. Gangguan PDAM

Dalam proses pencucian dan setrika membutuhkan air bersih. Maka jika ada gangguan PDAM yang mengakibatkan terganggunya pasokan air bersih, maka akan mengganggu proses pengerjaan.

5. Dari matriks SWOT yang dibuat, maka dihasilkannya 2 alternatif strategi yaitu:

- a. Strategi 1: Penambahan karyawan agar dapat tetap membuka pelayanan yang optimal ketika hari libur panjang, bukan hanya ketika hari libur akhir pekan saja.

- b. Strategi 2: Merger dengan pelayanan pencucian lain (ex: brand cuci karpet & cuci sepatu) yang terbukti menghasilkan hasil cuci yang bersih.
6. Dari 2 alternatif strategi yang didapat maka diolah kembali dengan metode QSP (*Quantitative Strategic Planning*) untuk menghasilkan satu strategi yang diperkirakan akan efektif & efisien demi bertambahnya pemasukkan yang dimiliki oleh UKM Raya Laundry. Adapun dari hasil perhitungan QSP (*Quantitative Strategic Planning*) menghasilkan strategi nomer 1 lah yang diperkirakan akan lebih efektif dalam mengembangkan UKM Raya Laundry 2.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis di UKM Raya Laundry 2, maka penulis memberi saran kepada UKM Raya Laundry 2 sebagai berikut:

1. Jika dilakukan penambahan karyawan maka harus dibuat dulu SOP yang selama ini secara tersirat sudah dilakukan oleh kedua karyawan agar pelanggan tetap yang dimiliki oleh UKM Raya Laundry 2 tidak mengalami kekecewaan dengan adanya pelayanan yang dilakukan oleh karyawan baru nantinya.
2. Karyawan baru lebih baik didapatkan dari sumber orang-orang terdekat dari karyawan UKM Raya Laundry 2 saat ini, agar karyawan baru langsung mempunyai rasa memiliki dan keterikatan emosional terhadap karyawan yang lama.
3. Dalam masa awal diperkerjakan, lebih baik jika jadwal membuka pelayanan dicampur antara karyawan baru dengan karyawan lama agar karyawan baru bisa beradaptasi dengan budaya pelayanan yang ada.
4. Jika strategi penambahan karyawan sudah diimplementasi, maka penulis menyarankan untuk menambahkan tagline, “RAYA LAUNDRY 2 BUKA 365+1 HARI” dalam rangka promosi.