

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) untuk update potensi desa di kecamatan Tambun Selatan ada 10 desa yang terdaftar di kecamatan Tambun Selatan dan ada 172 RW, 1389 RT dari semua desa yang terdaftar di kecamatan Tambun Selatan. Lalu jumlah penduduk pada kecamatan Tambun Selatan berjumlah 431.038 (empat ratus tiga puluh satu ribu tiga puluh delapan) jiwa yang tercatat dicatat kependudukan Tambun Selatan dengan jenis kelamin laki laki berjumlah 217.336 (dua ratus tujuh belas ribu tiga ratus tiga puluh enam) dengan rentang usia 0 – 65+, sedangkan jenis kelamin perempuan berjumlah 213.702 (dua ratus tiga belas ribu tujuh ratus dua) dengan rentang usia 0 – 65+.

Peluang usaha laundry merupakan peluang usaha yang cukup banyak dikembangkan orang untuk saat ini. Laundry adalah salah satu bentuk pelayanan bagi mereka yang selalu ingin membuat hidup lebih mudah. Peluang usaha laundry dapat berkembang pesat jika kita bisa memaksimalkan layanan untuk pelanggan baik dari segi kualitas hasil cucian, ketepatan waktu dan keramahan pelayanan. Bisnis ini hanya dapat dilakukan jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan pendapatan melalui usahanya untuk mencari dan mempromosikan langganan dan usahanya untuk menguasai pasar. Tujuannya adalah untuk menerapkan strategi yang kuat untuk memungkinkan departemen pemasaran memanfaatkan peluang atau peluang yang ada dalam pemasaran sehingga dapat mempertahankan posisi atau posisi di pasar ditingkatkan pada waktu yang sama.

Menyadari dari pentingnya pemasaran dalam menentukan keberhasilan suatu usaha, Anugerah *Laundry* merupakan sebuah usaha kecil menengah yang bergerak dibidang jasa pencucian pakaian seperti baju, celana, selimut, spre, dan lain – lain. Anugerah *Laundry* ini terletak di Kontrakan 168 A1 Jl. Kp. Kedung Gede Rt/Rw 01/02, Desa Setia Mekar Kab. Bekasi Tambun Selatan. Lokasi yang berada di pinggir jalan alternative menuju jalan utama dan berada di lingkungan

pemukiman padat. Pemilik usaha ini bernama Elva Ayu Wardani. Harga cuci di Anugerah *Laundry* berkisar 6.000 (Kg).

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan di Anugerah *Laundry* terdapat beberapa masalah. Permasalahan yang dihadapi adalah tingkat penjualan yang mengalami penurunan Dari bulan Februari sampai bulan Oktober yang disebabkan faktor *internal* dan *eksternal*. Salah satunya yang mempengaruhi dari faktor internal yaitu promosi atau pemasaran yang dilakukan melalui komunikasi dari orang ke orang lain dan melalui pamphlet yang terdapat di depan toko, Pengusaha masih belum mengetahui tempat usahanya se-strategis apa. Sedangkan faktor *eksternal* adalah banyaknya pesaing yang bergerak dibidang yang sama dengan persaingan penjualan dan persaingan harga. Dengan adanya masalah tersebut, dan untuk menghadapi persaingan maka perlu dilakukan strategi pemasaran usaha menggunakan metode Analisis SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) dilengkapi dengan Marketing Mix (4P) untuk Anugerah *Luandry*. Berikut ini adalah data penjualan di Anugerah *Luandry*.

Tabel 1. 1 Data Orderan Cuci Setrika Anugerah Laundry Tahun 2022

No	Bulan	Orderan Cuci Setrika (Kg) Tahun 2022
1	Januari	450
2	Febuari	420
3	Maret	400
4	April	395
5	Mei	380
6	Juni	364
7	Juli	350
8	Agustus	300
9	September	280

No	Bulan	Orderan Cuci Setrika (Kg) Tahun 2022
10	Oktober	200
11	November	500
12	Desember	550
Total		4639
Rata-Rata		371
Target orderan 600 Kg/Bulan = 7200 Kg/Tahun		

Sumber: Penjualan Anugerah Laundry

Dari Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan/orderan cuci setrika Anugerah Laundry pada tahun 2022 mengalami penurunan pada bulan Februari sampai Oktober. Masalah lain dari data pada Tabel 1.1 adalah penjualan mengalami penurunan karena kurangnya promosi sehingga banyak pelanggan yang kurang mengetahui jasa cuci setrika Anugerah Laundry. Berikut adalah grafik total penjualan/orderan cuci setrika di Anugerah Laundry pada tahun 2022.



Gambar 1. 1 Grafik Orderan Cuci Serika Anugerah Laundry Tahun 2022

Sumber: Penjualan Anugerah Laundry

Dari Gambar 1.1 dapat diketahui grafik total orderan cuci setrika di Anugerah Laundry mengalami penurunan dari Bulan Februari sampai Oktober.

Pada bulan Februari sampai bulan Oktober mengalami penurunan orderan sebanyak 195 Kg. Penurunan penjualan dan pesanan yang diterima disebabkan oleh persaingan yang semakin ketat dengan harga pasar yang berbeda – beda sehingga konsumen akan memilih pasar dengan harga yang sesuai kemampuan konsumen dan selera konsumen berbeda – beda terhadap hasil output penjualan jasa *Laundry*. Adapun pesaing dari Anugerah *Laundry* dapat dilihat pada table 1.2.

Tabel 1. 2 Rekapitulasi Data Pesaing Toko Anugerah Laundry

No	Nama Usaha	Harag Cuci	Jumlah Karyawan	Target Penjualan/bulan (Kg)
1	Bunda Laundry	6.000	2	650
2	Shafa Laundry	7.000	1	500
3	RJ Laundry	6.000	2	500
4	Berkah Luandry	7.000	1	550
5	Nurhasanah Luandry	6.000	3	600

Sumber : Data pesaing toko *Laundry* daerah Tambun Selatan, Bekasi

Dari tabel 1.2 Anugerah Laundry perlu mengembangkan strategi pemasaran untuk bisnisnya agar tetap kompetitif dan mempertahankan bisnisnya, sehingga dapat dilihat bahwa Anugerah Laundry memiliki banyak pesaing di Tambun Selatan. Sebagai bagian dari penelitian ini, kami juga melakukan survei pendahuluan untuk menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang melakukan laundry di Anugerah Laundry.

Dalam penelitian ini juga dilakukan studi pendahuluan dengan melakukan observasi lapangan di Anugerah Laundry. Hal ini dilakukan untuk mengetahui atau melihat kondisi saat ini tentang pemasaran yang berpengaruh terhadap hasil *output* jasa Anugerah Laundry dan dapat dilihat pada lampiran 1. Dan dari hasil

studi pendahuluan bahwa usaha *laundry* ini layak untuk dilakukan penelitian.

Untuk mengetahui pertumbuhan pendapatan dapat dilihat pada tabel di bawah ini, dengan sebelumnya dihitung biaya produksi per bulan dan dapat dilihat lebih detail di Bab 4.1

Tabel 1. 3 Biaya Produksi Per Bulan

Biaya Produksi Per Bulan (Rp)	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Tidak Tetap (Rp)
Biaya Produksi Per Bulan	1.742.875,00	Rp.9.600.000,00

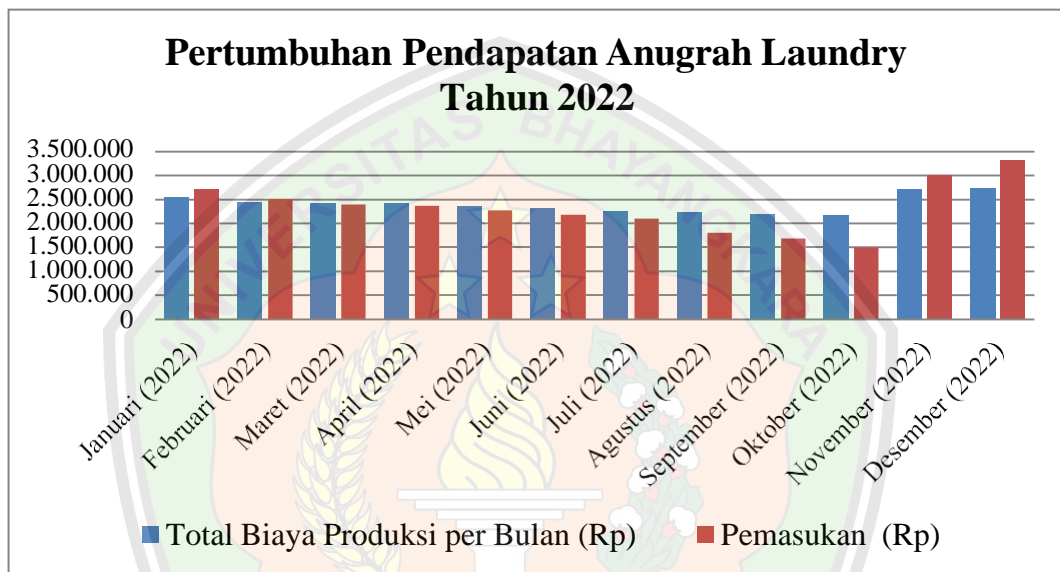
Sumber: Pengolahan Data 2022

Tabel 1. 4 Pertumbuhan Pendapatan Anugrah Laundry Tahun 2022

No	Bulan	Total Biaya Tetap dan Tidak Tetap (Rp)	Pemasukan (Rp)	Pertumbuhan Pendapatan	
				Keuntungan	Kerugian
1	Januari (2022)	2.545.156	2.700.000	154.844	-
2	Februari (2022)	2.449.569	2.520.000	70.431	-
3	Maret (2022)	2.419.129	2.400.000	-	19.129
4	April (2022)	2.419.129	2.370.000	-	19.129
5	Mei (2022)	2.351.335	2.280.000	-	71.335
6	Juni (2022)	2.299.042	2.184.000	-	115.042
7	Juli (2022)	2.261.249	2.100.000	-	161.249
8	Agustus (2022)	2.230.955	1.800.000	-	430.955
9	September (2022)	2.200.515	1.680.000	-	520.515
10	Oktober (2022)	2.162.722	1.500.000	-	662.722

No	Bulan	Total Biaya Tetap dan Tidak Tetap (Rp)	Pemasukan (Rp)	Pertumbuhan Pendapatan	
				Keuntungan	Kerugian
11	November (2022)	2.704.889	3.000.000	295.111	-
12	Desember (2022)	2.735.183	3.300.000	564.817	-

Sumber: Pengolahan Data 2022



Gambar 1. 2 Pertumbuhan Pendapatan Anugerah Laundry Tahun 2022

Sumber: Pengolahan Data 2022

Berdasarkan tabel dan gambar di atas maka dapat disimpulkan bahwa tren pertumbuhan pendapatan berbanding lurus dengan volume jumlah penjualan cuci dan laundry. Orderan cuci setrika di Anugerah Laundry masih rendah dan masih belum memenuhi target, terlihat penurunan pertumbuhan pendapatan dimulai dari bulan Februari sampai bulan Oktober

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh Anugerah Laundry, maka penelitian ini akan mengkaji suatu strategi pemasaran menggunakan metode SWOT dan *Quantitative Strategic planning Matrix* (QSPM).

Menurut Widiyarrini (2019) dalam Siregar (2020) Metode SWOT adalah evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan dan merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenght*), peluang (*opportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*), ancaman (*threats*). Peneliti menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor eksternal dan internal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam Analisa SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisa SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*).

QSPM (*Quantitative Strategic Plannign Matrix*) merupakan satu teknik untuk mengidentifikasi alternatif strategi yang sesuai atau terbaik bagi kondisi perusahaan. QSPM digunakan untuk mengevaluasi penerapan dan keberlanjutan pendekatan yang disarankan ketika mereka mengekspos ke kondisi keliling yang tersedia.

Berdasarkan uraian *marketing mix* 4P (*product, price, place, promotion*), maka didapatkan tujuan dari hasil penelitian di Anugerah Laundry yaitu sebagai berikut.

Tabel 1. 5 Tujuan *Marketing Mix*

No	Marketing Mix 4P	Variabel	Hasil
1	<i>Product</i>	Jasa apa yang ditawarkan	Cuci dan Setrika
		Kemasan dan Logo	Plastik packing yang tebal dan Logo terima kasih dengan ciri khas Anugrah Laundry
2	<i>Price</i>	Berapa harga yang dibandrol ketika menggunakan jasa	a. Cuci basah Rp 5000/Kg b. Cuci kering Rp 5000/Kg

No	Marketing Mix 4P	Variabel	Hasil
		Laundry	c. Cuci setrika Rp 6000/Kg
3	<i>Place</i>	Bagaimana tempat lokasi Anugrah Laundry	a. Berada di jalan alternatif penghubung ke jalan besar b. Mudah di jangkau c. Dekat dengan kawasan industri, kampus, asrama, perumahan padat penduduk, dan kontrakan
4	<i>Promotion</i>	Promosi apa yang diterapkan oleh Anugrah Laundry	a. Internet: Instagram, Whatsap b. Brosur yang menarik c. Diskon

(Sumber: Pengolahan Data, 2023)

1.2. Identifikasi Masalah

1. Hasil orderan cuci setrika mengalami penurunan dari bulan Februari sampai bulan Oktober dan tidak mencapai target, sehingga mempengaruhi pertumbuhan pendapatan dan dibutuhkan rencana strategi pemasaran yang tepat.
2. Saat ini pengusaha belum mengetahui hasil dari *Marketing mix* 4P pada pemasaran Anugrah Laundry untuk mempengaruhi pertumbuhan pendapatan.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka rumusan masalah yang pada penelitian ini adalah

1. Bagaimana menentukan faktor lingkungan *internal* (IFAS) dan *eksternal* (EFAS) yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran sehingga dapat

meningkatkan pertumbuhan pendapatan dengan merancang strategi pendekatan metode SWOT dan QSPM?

2. Bagaimana hasil dari *Marketing Mix 4P* yang berpengaruh pada pemasaran Anugerah Laundry?

1.4. Batasan Masalah

Dalam sebuah penelitian, diperlukan ruang lingkup atau batasan yang jelas agar pembahasan yang dilakukan lebih terarah. Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Data penjualan yang diambil adalah data penjualan Anugerah Laundry pada tahun 2022.
2. Data perhitungan total biaya produksi hanya digunakan untuk mengetahui modal awal dalam menentukan pertumbuhan pendapatan tahun 2022.
3. Penelitian terbatas hingga proses analisa dan rekomendasi hasil penelitian. Disini penulis memfokuskan penelitian hanya pada “Analisis Strategi Pemasaran Cuci Laundry Menggunakan Metode SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*”

1.5. Tujuan Penelitian

1. Menentukan Total Skor faktor lingkungan *internal (IFAS)* dan *eksternal (EFAS)* yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan pendapatan
2. Merancang strategi pemasaran Anugerah Laundry untuk menentukan *Total Attractive Score (TAS)* dengan menggunakan pendekatan metode SWOT dan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yaitu sebagai berikut

1. Bagi Perusahaan
Untuk memberikan ide – ide atau informasi yang dapat digunakan untuk

merancang ataupun menyusun strategi pemasaran. Penelitian ini dapat memberi masukan dan pertimbangan mengenai strategi pemasaran usaha untuk meningkatkan pemasaran maupun meningkatkan pendapatan melalui potensi yang dimiliki usaha Anugerah *Laundry*.

2. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan informasi mengenai strategi pemasaran produk/jasa dengan baik. Penelitian ini bermanfaat sebagai pengalaman nyata menganalisis strategi pemasaran, khususnya untuk perusahaan usaha mandiri kecil menengah di dalam mengembangkan usahanya.

1.7. Tempat dan Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada kios Anugerah *Laundry* yang saat ini berlokasi di Kontrakan 168 A1, Jl. Kp. Kedung Gede Rt/Rw 01/02, Desa Setia Mekar Kab. Bekasi Tambun Selatan dari tanggal 28 September sampai 30 Desember 2022.

1.8. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data dan fakta yang lengkap, relevan, dan objektif. Metode pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

1. Pengamatan (observasi)

Kegiatan pengamatan lapangan secara langsung pada objek penelitian untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Dalam hal ini penelitian mengamati keadaan pada toko khususnya pada pemasarannya.

2. Wawancara (interview)

Kegiatan tanya jawab yang dilakukan secara langsung kepada pihak yang terkait, seperti pemilik toko atau penjaga toko, pembeli.

3. Studi Pustaka

Studi perpustakaan ini digunakan untuk menyelidiki dan memahami sistem informasi yang terlibat dengan penelitian ini.

1.9. Sistematika Penulisan

Gaya penulisan yang terorganisir digunakan untuk membantu penulis dengan cepat menyampaikan ringkasan temuan penelitian

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini mencakup informasi latar belakang, deskripsi masalah, pembatasan, tujuan penelitian, manfaat melakukan studi, tempat dan waktu semacam ini. Penulis juga menggunakan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini mengemukakan tentang landasan teori – teori yang digunakan dalam penelitian ini sebagai penunjang untuk mengolah, menganalisa dari data yang diperoleh

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini merupakan penjelasan secara garis besar tentang metode penelitian ini sebagai penunjang untuk mengolah serta menganalisis dari data yang diperoleh

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan data – data yang diperoleh dari perusahaan yang selanjutnya diolah sesuai dengan materi dan metode yang digunakan, serta menyajikan pembahasan dan analisis sesuai dengan teori – teori pembahasan untuk menyelesaikan masalah yang ada

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan – kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisa yang telah dilakukan oleh penulis dan beberapa saran untuk penanggulangan masalah tersebut

DAFTAR PUSTAKA

Berisi sumber – sumber teori yang berkaitan dengan penelitian, sumber – sumber tersebut bisa didapatkan dari jurnal – jurnal penelitian, buku bacaan dan juga *manual book* perusahaan