

Analisis Swot untuk Menentukan Strategi Bersaing Pada Usaha Bless Laundry Di Perumahan Griya Paniki Indah

Loula L. L. Walangitan¹, Deisy Lusiana², Stevie Kaligis³, Johana M. Ratag⁴

^{1,2,3,4}Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Manado

Email: loulallwalangitan@gmail.com

Abstract

Business growth in Perumahan Griya Paniki Indah (GPI) is very rapid, including the laundry business which is one of the businesses that has the opportunity to develop rapidly because the number of houses that are occupied is around 3000 and the population is approximately 9000 people, some of whom most are in productive age and have various types of work. This research was conducted at Bless Laundry GPI which aims to determine the SWOT analysis, namely strengths, weaknesses, opportunities and threats as a competitive strategy to increase competitiveness in the business of Bless Laundry GPI. This research aims to find out business strategies through SWOT analysis that can be carried out by Bless Laundry so they can have maximum advantages. This research uses a descriptive method with a qualitative approach, where the data collection technique uses the data narrative method, namely interviews (oral and written), observation and documentation, as well as literature study. The research results show that there are strengths, namely, satisfactory service quality, free distribution, additional services (special perfume), and affordable prices. Meanwhile, weaknesses: inadequate human resources (HR), lack of time efficiency, poor production processes, inappropriate distribution, lack of technological knowledge. Apart from that, there are also opportunities: changes in people's lifestyles, changes in weather, customer satisfaction, the number of rented houses and households where women work so they have less time to do housework including washing clothes. And threats: high levels of business competition, competing prices and quality, increasingly sophisticated technology, and customer loyalty.

Keywords: Strategy, SWOT Analysis, IFE & EFE

Abstrak

Pertumbuhan usaha di Perumahan Griya Paniki Indah (GPI) sangat pesat, termasuk didalamnya bisnis laundry merupakan salah satu bisnis yang memiliki peluang berkembang pesat dan baik, oleh karena jumlah rumah yang sudah dihuni ada sekitar 3000 rumah dan jumlah penduduk kurang lebih 9000 orang, yang sebagian besar berusia produktif dan yang bekerja di luar rumah dengan beragam jenis pekerjaan. Penelitian ini dilakukan di Bless Laundry GPI yang bertujuan untuk mengetahui analisis SWOT yaitu kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), ancaman (*Threats*) sebagai strategi bersaing guna meningkatkan daya saing pada usaha Bless Laundry GPI. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bisnis melalui analisis SWOT yang dapat dilakukan pihak pebisnis *laundry* supaya dapat bersaing dan memiliki keuntungan maksimal. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimana teknik pengumpulan data menggunakan metode narasi data yaitu wawancara (lisan dan tertulis), observasi dan dokumentasi, serta studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kekuatan (*strength*) yaitu, kualitas pelayanan yang memuaskan, distribusi gratis,

adanya pelayanan tambahan (parfum yang khas), dan harga terjangkau. Sedangkan kelemahan (*Weakness*): sumber daya manusia (SDM) tidak memadai, kurangnya efisiensi waktu, proses produksi yang kurang baik, distribusi tidak tepat, kurangnya pengetahuan teknologi. Selain itu juga memiliki peluang (*Opportunity*): berubahnya gaya hidup masyarakat, perubahan cuaca, kepuasan pelanggan, banyaknya kontrakan-kontrakan dan rumah tangga dimana para wanitanya bekerja sehingga kurang memiliki waktu untuk mengerjakan pekerjaan rumah termasuk mencuci pakaian dan ancaman (*Threat*): tingkat persaingan usaha yang tinggi, harga dan kualitas yang saling bersaing, teknologi semakin canggih, serta loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Strategi, Analisis SWOT, IFE & EFE

PENDAHULUAN

Bisnis adalah suatu kegiatan dagang, industri, strategi atau keuangan. Semua kegiatan itu dihubungkan dengan produksi dan pertukaran jasa atau barang, dan urusan-urusan keuangan yang bertalian dengan kegiatan-kegiatan ini. Globalisasi saat ini telah mendorong terjadinya peningkatan interaksi dan transaksi antara konsumen dan pelaku usaha, ditandai dengan semakin banyaknya para pelaku usaha yang beroperasi di bidang usaha. Objek dan bidang yang dijadikan transaksi bisnis antara konsumen dan pelaku usaha adalah berkaitan dengan kebutuhan barang dan jasa.

Secara luas kata bisnis sering diartikan sebagai keseluruhan kegiatan usaha yang dijalankan oleh orang atau badan secara teratur dan terus menerus, yaitu berupa kegiatan mengadakan barang atau jasa maupun fasilitas-fasilitas untuk diperjualbelikan, dipertukarkan, atau disewakan dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Bisnis merupakan aktivitas perdagangan, tetapi didalamnya meliputi pula unsur-unsur yang lebih luas, yaitu pekerjaan, profesi, penghasilan, mata pencaharian dan keuntungan yang dilakukan baik oleh perorangan maupun bisnis (Fauzani et al., 2018).

Bisnis memerlukan strategi untuk mencapai keberhasilan dan strategi dibutuhkan karena adanya persaingan. Strategi yang tepat adalah bagaimana memenangkan persaingan. Lingkungan yang relevan sangat luas meliputi kekuatan-kekuatan sosial sebagaimana juga kekuatan-kekuatan ekonomi. Aspek utama dari lingkungan bisnis adalah industri dimana bisnis tersebut bersaing. Perlu adanya strategi yang dikenal dengan strategi generik yang merupakan cara mendasar bagi suatu bisnis untuk mencapai profitabilitas diatas rata-rata industri dengan memiliki *substantiable competitive advantage* (Sulistiani, 2018). Keberhasilan bisnis dalam pemasaran dipengaruhi oleh persaingan pasar. Oleh karena itu, bisnis perlu mengenali siapa pesaingnya, apa sasaran dan strategi mereka, apa kekuatan dan kelemahan mereka dan bagaimana pola reaksi mereka dalam menghadapi persaingannya. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi bisnis. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan bisnis. Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisa faktor-faktor strategi bisnis (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman). Menurut (Kusbandono, 2019) analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*).

Faktor eksternal mempengaruhi terbentuknya *opportunities* dan *threats*. Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar bisnis yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan bisnis. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya. Faktor internal mempengaruhi terbentuknya *strengths* dan *weaknesses*. Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam bisnis, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuat keputusan (*decision making*) bisnis. Faktor internal

ini meliputi semua macam manajemen fungsional, yakni pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya bisnis (*corporate culture*).

Salah satu usaha jasa yang saat ini pertumbuhan bisnisnya sedang berkembang adalah usaha atau bisnis jasa binatu atau laundry yang kegiatannya berfokus kepada cuci, setrika, dan *dry cleaning*. Perubahan gaya hidup dan tuntutan kesibukan yang menjadikan sebagian besar masyarakat lebih memilih menggunakan jasa laundry untuk meringankan pekerjaan mereka. Usaha atau bisnis jasa *laundry* ini tersebar tidak hanya di kota-kota saja, di pelosok daerah pun kini mulai menjamur dengan tawaran berbagai fasilitas dan pelayanan. 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.

Peluang ini dimanfaatkan oleh “Bless Laundry”, salah satu bisnis *laundry* yang telah beroperasi kurang lebih 3 tahun dan berdiri di lingkungan yang mayoritas mendirikan usaha laundry, berada di Perumahan Griya Paniki Indah Jalan Delima A3 No.14 dimana di perumahan tersebut terdapat banyak keluarga yang sibuk dalam aktifitas keseharian sehingga tidak mempunyai waktu untuk mencuci pakaian dan cenderung untuk menggunakan jasa *laundry*.

Bless Laundry yang memberikan jasa pembersih atau pencucian pakaian, boneka, selimut, karpet, kelengkapan dekor, dan lain-lain selalu berusaha untuk mengutamakan kepuasan pelanggan dan adanya perawatan khusus bagi pakaian yang mudah luntur dengan harga yang ditawarkan beragam. Konsumennya pun boleh di bilang cukup besar karena target market yang di sasar adalah karyawan ataupun pekerja, mahasiswa, atau keluarga yang memiliki tingkat aktivitas keseharian tinggi. Dari hasil observasi terhadap lingkungan, terdapat tujuh Laundry yang menjadi pesaing Bless Laundry sebagaimana terlihat pada Tabel 1 dengan jenis Laundry regular pada umumnya, yaitu cuci setrika wangi untuk regular ekspres 2 hari Rp 8.000 per kilogram.

Tabel 1. Jasa Laundry Tahun 2022

No	Nama Laundry	Harga Per kilo (Rp)	Jumlah Kiloan (Kg)	Total Penjualan (Rp)	Market Share (%)
1.	<i>Bless Laundry</i>	7000	11.573	81.011.000	19,05
2.	Laundry Ku	7000	6.383	44.681.000	10,51
3.	<i>Qinawa Laundry</i>	7000	9.805	68.635.000	16,14
4.	Satuenamdelapan Laundry	7000	4.250	29.750.000	7,00
5.	<i>Shinrai Laundry</i>	7000	8.764	61.348.000	14,43
6.	<i>Ogi Laundry</i>	7000	5.732	40.124.000	9,43
7.	<i>Kiana Laundry</i>	7000	8.142	56.994.000	13,41
8.	<i>Setia Laundry</i>	7000	6.082	42.574.000	10,01
Total				425.133.000	100 %

Sumber: Data Olahan (2023)

Tabel 1 menunjukkan bahwa Bless Laundry memiliki penjualan tertinggi di tahun 2022. Hasil perhitungan pangsa pasar (*Market Share*) menunjukkan bahwa Bless Laundry berhasil meraih 19,05% pasar lebih tinggi diantara semua pesaingnya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa Bless Laundry adalah salah satu penguasa pasar yang potensial

di lingkungan industrinya. Tapi tetap harus punya upaya-upaya untuk meningkatkan penjualan jasanya kepada pelanggan bahkan masyarakat, karena pesaing juga terus berjuang untuk menarik semua masyarakat dengan berbagai servis yang menarik.

Berdasarkan uraian diatas penting untuk mengetahui kondisi lingkungan internal yaitu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, maupun lingkungan eksternalnya yaitu peluang dan ancaman dari kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Bless Laundry terutama dalam menghadapi pesaing-pesaingnya.

LANDASAN TEORI

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan akronim dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan) internal dari suatu bisnis serta *Opportunity* (peluang), *Threat* (ancaman) lingkungan yang dihadapinya. Menurut (Pearce II & Robinson Jr, 2013, p. 156), analisis SWOT merupakan teknik historis yang terkenal di mana para manajer menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategis bisnis. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif diturunkan dari “kesesuaian“ yang baik antara sumber daya internal bisnis (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternalnya (peluang dan ancaman). Kesesuaian yang baik akan memaksimalkan kekuatan dan peluang bisnis serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Jika diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini memiliki implikasi yang bagus dan mendalam bagi desain dan strategi yang berhasil (Ramadhan & Sofiyah, 2013) .

Menurut (Rangkuti, 2015, p. 18) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi bisnis. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan bisnis Dengan menganalisis melalui faktor-faktor strategi Bisnis (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) (Elvana et al., 2022).

Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) & EFE (*External Factor Evaluation*)

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal bisnis berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan. Matriks EFE digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal bisnis yang berkaitan dengan peluang dan ancaman. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*) terdiri dari kolom, bobot, rating dan total nilai yang merupakan hasil perkalian dari bobot dan rating. Untuk kolom bobot dan rating diisi sesuai dengan nilai yang merupakan hasil dari pengelompokkan Adapun faktor-faktor internal dan eksternal tersebut berdasarkan tingkat kepentingannya (Putri et al., 2023)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk memberikan gambaran awal mengenai proses bisnis laundry dalam menetapkan strategi bersaing. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk bilangan, atau dengan data yang disajikan dalam bentuk kata-kata yang mengandung makna (Sugiyono, 2013). Data kualitatif pada penelitian ini berupa data hasil wawancara, catatan di lapangan dan dokumen resmi. Setelah itu data dikumpulkan lalu diolah dan dijelaskan sesuai data tersebut.

Data yang digunakan berasal dari dua sumber, yaitu data sekunder dan data primer. Data primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh seseorang secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa wawancara dan observasi. Data primer berupa hasil wawancara dan observasi mengenai penelitian di Bless Laundry. Data sekunder pada penelitian ini berupa dokumen-dokumen, literatur-literatur kepustakaan (Suliyanto, 2018).

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data pada penelitian ini melalui observasi, wawancara dan penarikan kuesioner. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan kuesioner kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan bisnis Bless laundry. Metode yang dilakukan adalah dengan menganalisis lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) bisnis yang menjadi dasar untuk melakukan analisis SWOT yang dilakukan melalui matriks *IFE (Internal Factor Evaluation)* yang akan menguraikan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan bisnis dan matriks *EFE (External Factor Evaluation)* yang akan menguraikan faktor-faktor peluang dan ancaman yang dimiliki bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT untuk Faktor Internal (*Strengths* dan *Weakness*)

1. Kekuatan (*strengths*) pada Bless Laundry

Strength (kekuatan) merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu bisnis yang membuat bisnis relatif lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya seperti yang dituliskan oleh Robinson Jr, Richard B, 2013:157. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia bagi bisnis. Bless Laundry memiliki kekuatan-kekuatan yang secara umum dimiliki antara lain :

a. Kualitas pelayanan yang memuaskan

Pelayanan yang memuaskan dapat dilihat dari saat pelanggan datang karyawan langsung memberi salam kepada pelanggan, selain itu pelanggan diarahkan kemana pelanggan harus menimbang, membayar, dan lain sebagainya, menyesuaikan dengan yang diinginkan pelanggan seperti parfum diganti, pencucian cepat, dan lain sebagainya.

b. Distribusi gratis

Hal ini membantu pelanggan yang sibuk atau yang mau praktis melalui penjemputan atau pengiriman barang gratis tanpa biaya dan pemesanan dapat melalui Whatsaap atau telepon.

c. Adanya pelayanan tambahan (parfum yang khas)

Bless Laundry mempunyai atribut tambahan yaitu parfum yang wanginya berbeda dari laundry yang lain dikarenakan Bless Laundry mengolah parfum atau mencampur parfum satu dengan parfum yang lain dan menghasilkan wangi yang lebih enak dan khas.

d. Harga terjangkau

Harga yang diberikan Bless Laundry sebesar Rp. 4.000 termasuk harga yang terjangkau dibandingkan harga *laundry-laundry* lain di sekitar dimana data hasil observasi Bless Laundry.

Kelemahan (*Weakness*) pada Bless Laundry

Menurut (Pearce II & Robinson Jr, 2013, p. 157), *weakness* (kelemahan) merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu bisnis relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Bless Laundry memiliki kelemahan-kelemahan yang secara umum dimiliki dalam menjalankan usahanya, antara lain sebagai berikut :

1. Sumber daya Manusia (SDM) tidak memadai

Sumber Daya Manusia yang tidak memadai ini dilihat dari kurangnya pegawai dimana Bless Laundry hanya mempunyai dua pegawai maka jika saat ramai permintaan pelanggan akan mengakibatkan lamanya proses pencucian.

2. Kurangnya efisiensi waktu

Kurangnya efisiensi waktu ini dapat dilihat dari lamanya proses pencucian saat banyaknya permintaan pelanggan dikarenakan terbatasnya pegawai laundry maka hasil produksi kadang tidak sesuai waktu yang di janjikan.

3. Proses produksi yang kurang baik
Proses produksi kurang baik hanya karena tidak memisahkan pakaian luar tidak dipisah dengan pakaian dalam
4. Distribusi tidak tepat
Distribusi tidak tepat waktu, ini dilihat dari konsumen yang meminta pengiriman malam ini, tapi tidak dikirim begitu pula penjemputan.
5. Kurangnya pengetahuan teknologi
Hal ini dilihat dari pemilik *laundry* jika mesin cuci mengalami kerusakan atau mengalami kendala tiba-tiba tidak tahu cara memperbaiki mesin tersebut.

Faktor Eksternal untuk Peluang (*Opportunities*) pada Bless Laundry

Opportunities (peluang) menurut (Pearce II & Robinson Jr, 2013, p. 156), merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu bisnis. Kecendrungan utama merupakan salah satu sumber peluang, identifikasi atas segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan kondisi persaingan atau regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat menjadi peluang bagi bisnis. Bless Laundry memiliki peluang-peluang yang secara umum dimiliki oleh bisnis dalam menjalankan usahanya, antara lain sebagai berikut :

1. Berubahnya gaya hidup masyarakat
Di zaman sekarang banyak wanita yang bekerja, jadi mereka tidak punya waktu untuk mengerjakan pekerjaan rumah seperti: mencuci, sehingga menjadi peluang bagi usaha laundry supaya para wanita yang bekerja, pekerjaan rumah bisa beres.
2. Perubahan cuaca
Cuaca yang sering berubah membuat konsumen lebih memilih laundry apalagi ketika hujan terus menerus, maka banyak konsumen yang menggunakan jasa laundry.
3. Kepuasan pelanggan
Mengutamakan kualitas hasil agar konsumen merasa puas, dari situ biasanya konsumen akan terus semakin menggunakan jasa Bless Laundry lebih banyak dan sering, bahkan merekomendasikan ke kerabat mereka bahwa jasa yang Bless Laundry berikan mempunyai hasil yang baik.
4. Banyaknya kontrakan-kontrakan dan rumah tangga yang berkarir
Lokasi usaha strategis, ini dapat dilihat dari tempat Bless Laundry dekat dengan pemukiman warga, terdapat banyaknya kontrakan dan rumah tangga yang suami istri berkarir atau wanita yang bekerja, jadi mereka tidak punya waktu untuk mengerjakan pekerjaan rumah termasuk mencuci pakaian.

Faktor Eksternal untuk Ancaman (*Threats*) pada Bless Laundry

Threats (ancaman) menurut (Pearce II & Robinson Jr, 2013, p. 157) merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu bisnis. Ancaman merupakan penghalang utama bagi bisnis dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lamban, meningkatnya kekuatan tawar-menawar dari pembeli atau pemasok utama, perubahan teknologi, dan direvisinya atau pembaruan peraturan dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan suatu bisnis. Bless Laundry memiliki ancaman-ancaman yang secara umum dimiliki oleh bisnis dalam menjalankan usahanya, antara lain sebagai berikut:

1. Tingkat persaingan usaha yang tinggi
Dapat dilihat dari banyaknya pesaing-pesaing laundry rumahan yang berada di sekitar lingkungan tersebut, terdapat tujuh pesaing laundry lainnya.
2. Harga dan kualitas yang saling bersaing
Harga dan kualitas dalam laundry saling bersaing, dan juga sudah banyak mesin cuci pakaian yang bisa dibeli sendiri tanpa harus laundry sehingga mengerjakan pekerjaan mencuci tanpa memakan biaya tambahan lagi.
3. Teknologi semakin canggih

Di era yang semakin modern sekarang banyak *laundry-laundry* lain yang menggunakan aplikasi pada *smartphone* untuk pelayanan pelanggan, dapat mengetahui hasil penjualan, kondisi penjualan dan sebagainya.

4. Loyalitas pelanggan

Terdapat banyak *laundry-laundry* yang sudah maju menyediakan fasilitas-fasilitas lebih untuk pelanggan yang sudah menjadi member.

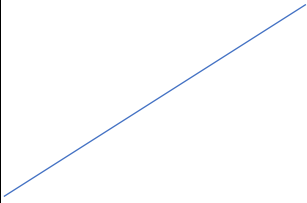
Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal, dapat diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Identifikasi faktor Internal dan Eksternal pada Bless Laundry

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<p><u>Kekuatan (<i>Strenghts</i>)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas pelayanan yang memuaskan 2. Distribusi gratis 3. Harga terjangkau 4. Adanya pelayanan tambahan (parfum yang khas) 	<p><u>Peluang (<i>Opportunities</i>)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berubahnya gaya hidup masyarakat 2. Perubahan cuaca 3. Kepuasan pelanggan 4. Kurangnya pengetahuan teknologi 5. Banyak keluarga muda dan bekerja
<p><u>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber daya Manusia (SDM) tidak memadai 2. Kurangnya promosi 3. Kurangnya efisiensi waktu 4. Proses produksi yang kurang baik 5. Distribusi tidak tepat 	<p><u>Ancaman (<i>Threats</i>)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat persaingan usaha yang tinggi 2. Harga dan kualitas yang saling bersaing 3. Teknologi semakin canggih 4. Loyalitas pelanggan

Sumber: Data Olahan (2023)

Tabel 3. Matriks SWOT Bless Laundry

<p>IFAS (faktor internal)</p>  <p>EFAS (faktor eksternal)</p>	<p>Kekuatan (<i>Strenghts-S</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas pelayanan yang memuaskan 2. Distribusi gratis 3. Harga terjangkau 4. Adanya pelayanan tambahan (parfum yang khas) 	<p>Kelemahan (<i>Weakness-W</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber Daya Manusia (SDM) tidak memadai 2. Kurangnya efisiensi waktu 3. Kurangnya promosi 4. Proses produksi yang kurang baik 5. Distribusi tidak tepat
--	---	---

<p>Peluang (<i>Opportunity-O</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berubahnya gaya hidup masyarakat 2. Perubahan cuaca 3. Kepuasan pelanggan 4. Banyaknya kontrakan-kontrakan dan rumah tangga yang berkarir 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kualitas pelayanan kepada konsumen 2. Mempertahankan lokasi usaha di area rumah tangga yang para wanita berkarir 3. Membuat promo cucian untuk member Bless Laundry 4. Meningkatkan pengawasan produksi untuk menjaga kualitas produk 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah karyawan dari daerah sekitar usaha 2. Melakukan pemilihan pakaian sesuai dengan keinginan konsumen sebelum dicuci 3. Memberikan kompensasi yang baik agar mau bekerja lebih maksimal 4. Membuka cabang baru
<p>Ancaman (<i>Threat-T</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat persaingan usaha yang tinggi 2. Harga dan kualitas yang saling bersaing 3. Teknologi semakin canggih 4. Loyalitas pelanggan 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat promo cucian untuk konsumen yang sudah berlangganan 2. Pertahankan harga tetapi meningkatkan kualitas hasil 3. Menjaga kepercayaan konsumen agar merasa puas dan loyal terhadap usaha 4. Mengembangkan daya saing 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka cabang baru dimana belum ada atau masih sedikit pesaing 2. Promosi dimaksimalkan untuk menghadapi kompetitor 3. Melakukan pemilihan pakaian terhadap jenis, warna, dan kualitas 4. Mengembangkan fasilitas teknologi untuk pelayanan konsumen

Sumber: Data Olahan (2023)

Analisis Matriks IFE dan EFE

Tabel 4. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE Matriks) pada Bless Laundry

Faktor Kunci Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (S)			
Kualitas pelayanan yang memuaskan	0,16	4	0,64
Distribusi gratis	0,15	4	0,6
Harga terjangkau	0,15	3	0,45
Adanya pelayanan tambahan (parfum)	0,15	4	0,6
Total Skor Kekuatan	0,61		2,29
Kelemahan (W)			
Sumber Daya Manusia tidak memadai	0,08	2	0,16
Kurangnya efisiensi waktu	0,1	2	0,2

Proses produksi yang kurang baik	0,11	3	0,33
Distribusi tidak tepat	0,1	3	0,3
Total Skor Kelemahan	0,38		0,79
Total Kekuatan + Kelemahan	1		3,08

Sumber: Data Olahan (2023)

Tabel 5. Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE Matriks) pada Bless Laundry

Faktor Kunci Internal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (O)			
Perubahan gaya hidup masyarakat	0,14	3	0,42
Perubahan cuaca	0,13	3	0,39
Kepuasan pelanggan	0,15	4	0,6
Banyaknya kontrakan-kontrakan dan Rumah tangga yang berkarir	0,14	4	0,56
Total Skor Peluang	0,56		1,97
Ancaman (T)			
Tingkat persaingan usaha yang tinggi	0,12	3	0,36
Harga dan kualitas yang saling Bersaing	0,1	3	0,3
Teknologi semakin canggih	0,12	3	0,36
Loyalitas pelanggan	0,1	2	0,2
Total Skor Ancaman	0,44		1,22
Total Peluang + Ancaman	1		3,19

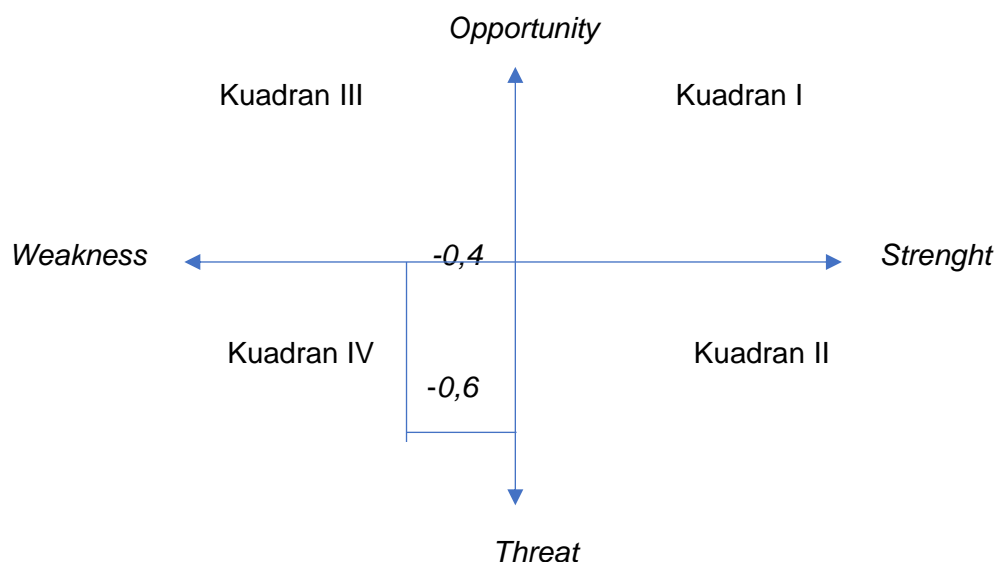
Sumber: Data Olahan (2023)

Kuadran SWOT

Berdasarkan hasil analisis SWOT melalui matriks IFE dan EFE diatas maka dihasilkan perhitungan dan grafik analisis X dan Y sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 & (X, Y) \\
 & \frac{S - W}{2} \quad ; \quad \frac{O - T}{2} \\
 & \frac{2,29 - 3,08}{2} \quad ; \quad \frac{1,97 - 3,19}{2} \\
 & \frac{-0,79}{2} \quad ; \quad \frac{-1,22}{2} \\
 & X = -0,4 \quad ; \quad Y = -0,6
 \end{aligned}$$

Sehingga kuadran grafik SWOT adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kuadran SWOT Bless Laundry

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis grafik SWOT di atas, strategi Pemasaran Bless Laundry berada pada posisi KUADRAN 4 (strategi bertahan) yaitu Bless Laundry menghadapi peluang yang sangat besar, tetapi di pihak lain menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi bisnis ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal bisnis sehingga dapat merebut peluang yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Elvana, Y., Hariyati, H., & Setianto, B. (2022). Analisis swot untuk menentukan strategi bersaing saat masa pandemi covid-19 pada rumah sakit islam surabaya. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 5132–5147. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1807>
- Fauzani, M., Akramiah, N., & Sutikno, B. (2018). Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produkpt. Karunia Sentosa Plastik. *Jurnal EMA*, 3(2), 104–117. <https://doi.org/10.47335/ema.v3i2.31>
- Kusbandono, D. (2019). Analisis Swot Sebagai Upaya Pengembangan Dan Penguatan Strategi Bisnis (Study Kasus Pada Ud. Gudang Budi, Kec. Lamongan). *Jurnal Manajemen*, 4(2), 921. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i2.250>
- Pearce II, J. A., & Robinson Jr, R. B. (2013). *Manajemen Strategis, Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. By McGrew-Hill Education dan Salemba Empat.
- Putri, M. A., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE, dan Matriks IE(STUDI Kasus pada Bisnis Banjagim.ID). *Jurnal Manajemen Bisis Dan Kewirausahaan*, 7(1), 224–234. <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/view/20703/13689>
- Ramadhan, A., & Sofiyah, F. R. (2013). Analisis SWOT sebagai Landasan dalam Menentukan strategi Pemasaran. *Jurnal Media Informasi Dan Manajemen*, 1(2), 1–10.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiani, D. (2018). Analisis SWOT dalam Memenangkan Persaingan Bisnis. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*. Andi Offset.