

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha pada AK Laundry, sebuah UMKM jasa laundry yang berlokasi di Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, serta menerapkan analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi, serta memetakan elemen-elemen utama model bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AK Laundry berada pada kuadran I SWOT, yang menunjukkan posisi strategis untuk pertumbuhan agresif dengan memanfaatkan kekuatan internal seperti lokasi strategis, layanan antar-jemput, dan hubungan baik dengan pelanggan untuk memperoleh peluang pasar yang terus berkembang. Dari aspek produksi, usaha ini telah menerapkan alur kerja yang sistematis, namun perlu perbaikan dari sisi efisiensi ruang dan penambahan mesin. Secara keuangan, usaha ini layak dikembangkan dengan nilai NPV sebesar Rp72.029.451, IRR 62,77%, dan PI 2,200. Di sisi sumber daya manusia, tingginya tingkat turnover menjadi tantangan yang dapat berdampak pada kualitas layanan. Sedangkan dari aspek pemasaran, kegiatan promosi digital melalui Instagram belum dilakukan secara konsisten, sehingga perlu penguatan saluran distribusi digital dan strategi komunikasi pelanggan. Berdasarkan temuan ini, strategi pengembangan yang disarankan adalah kombinasi antara diferensiasi layanan, peningkatan promosi digital, dan penguatan hubungan pelanggan untuk meningkatkan daya saing di tengah kompetitor yang terus bertambah.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, SWOT, *Business Model Canvas*, UMKM, Laundry

ABSTRACT

This study aims to analyze business development strategies at AK Laundry, a micro, small, and medium enterprise (MSME) operating in the laundry service sector in Palembang. The research applies a qualitative descriptive method with a case study approach, utilizing SWOT analysis and the Business Model Canvas (BMC) to identify internal strengths and weaknesses, external opportunities and threats, and to map key elements of the business model. The findings show that AK Laundry is positioned in quadrant I of the SWOT matrix, indicating a strategic position for aggressive growth by leveraging internal strengths such as a strategic location, pick-up and delivery services, and strong customer relationships to capture market opportunities. In terms of production, the business has implemented a systematic workflow but needs to improve space efficiency and invest in additional machines. Financially, the business is viable, with an NPV of Rp72,029,451, an IRR of 62.77%, and a PI of 2.200. However, the business faces challenges in human resources, particularly with a high employee turnover rate that can affect service quality. In the marketing aspect, digital promotion through Instagram has not been consistently executed, indicating the need for strengthening digital channels and customer engagement strategies. Based on these findings, the recommended strategy involves service differentiation, enhanced digital promotion, and strengthened customer relationships to increase competitiveness amid growing market rivalry.

Keywords: *Business Development Strategy, SWOT, Business Model Canvas, MSMEs, Laundry*