

ABSTRAK

Strategi Pengembangan Usaha Pada Istana Klasik *Laundry*

Mardiana
NPM 062240632888

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi aspek produksi, keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran, serta merumuskan strategi pengembangan usaha pada Istana Klasik *Laundry* menggunakan analisis SWOT dan *Business Model Canvass (BMC)*. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, kuesioner kepada 6 responden, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan Matriks IFAS, total skor kekuatan sebesar 1,3943 lebih dominan dibandingkan kelemahan sebesar 1,0400 dengan selisih 0,3543. Kekuatan utama adalah kerapihan setrika dan lipatan pakaian (0,2359), sedangkan kelemahan terbesar adalah keterbatasan mesin dan peralatan (0,1598). Berdasarkan Matriks EFAS, total skor peluang sebesar 1,2389 sedikit melampaui ancaman sebesar 1,2348 dengan selisih 0,0041. Peluang terbesar adalah pemanfaatan *platform* digital (0,2114), sedangkan ancaman terbesar adalah kenaikan harga bahan baku dan biaya operasional (0,2389). Posisi usaha berada di Kuadran I (0,3543 ; 0,0041) yang mengindikasikan penerapan strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang secara maksimal. Pemetaan BMC menunjukkan bahwa elemen *channels* dan *cost structure* masih perlu diperkuat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam menyusun strategi pengembangan usaha Istana Klasik *Laundry* secara terstruktur.

Kata kunci: Strategi pengembangan usaha, SWOT, IFAS, EFAS, *Business Model Canvass*, *laundry*.

ABSTRACT

Business Development Strategy of Istana Klasik Laundry

Mardiana
NPM 062240632888

This study aims to identify the conditions of production, financial, human resources, and marketing aspects, as well as to formulate business development strategies for Istana Klasik Laundry using SWOT analysis and Business Model Canvass (BMC). A qualitative descriptive method was employed with data collected through interviews, observation, questionnaires distributed to 6 respondents, and documentation. The results show that based on the IFAS Matrix, the total strength score of 1.3943 is more dominant than the weakness score of 1.0400 with a difference of 0.3543. The primary strength is the neatness of ironing and clothes folding (0.2359), while the greatest weakness is limited machines and equipment (0.1598). Based on the EFAS Matrix, the total opportunity score of 1.2389 slightly exceeds the threat score of 1.2348 with a difference of 0.0041. The greatest opportunity is digital platform utilization (0.2114), while the greatest threat is rising raw material and operational costs (0.2389). The business is positioned in Quadrant I (0.3543; 0.0041), indicating the application of an aggressive growth-oriented strategy. BMC mapping shows that the channels and cost structure elements still need to be strengthened. The findings are expected to serve as a reference for developing structured business strategies for Istana Klasik Laundry.

Keywords: *Business Development Strategy, SWOT, IFAS, EFAS, Business Model Canvass, Laundry*