

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman modern ini pelaku usaha dituntut untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing. Pelaku usaha harus dapat menerapkan suatu strategi yang tepat supaya persaingan dalam pasar dapat berhasil dengan baik, hal ini harus dikembangkan dalam dunia bisnis supaya tepat sasaran, sehingga usaha dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan. Berdasarkan sumber usaha adalah suatu unit ekonomi yang melakukan aktivitas dengan tujuan menghasilkan barang/jasa untuk dijual atau ditukar dengan barang lain dan ada seseorang atau lebih yang bertanggung jawab dan punya kewenangan untuk mengelola usaha tersebut.

Bisnis di Kota Palembang sudah meluas dan beragam dari usaha transportasi, produk, makanan, dan berbagai usaha jasa. Jasa didesain khusus yang memiliki berbagai jenis, tipe untuk kebutuhan pelanggan, sebagaimana pada jasa Laundry. Seperti yang kita ketahui bahwa pakaian merupakan salah satu kebutuhan yang harus digunakan oleh manusia, serta banyak orang yang memiliki kesibukan jam kerja sehingga tidak sempat untuk melakukan urusan rumah tangganya. Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan ikut memiliki andil dalam mendorong praktik-praktik kewirausahaan yang pada akhirnya memunculkan berbagai penemuan-penemuan produk dan jasa baru bagi konsumen. Hal ini tentunya membuka peluang kerja baru, membuka pasar baru, dan dalam jangka panjang akan mampu menciptakan pertumbuhan usaha di berbagai sektor.

Dalam hal ini SuperFresh mengambil kesempatan tersebut untuk membuka usaha jasa dalam bidang Laundry, cabang Super Fresh yang beralamat di Jl. MP Mangkunegara I Abihasan. Palembang, SuperFresh melakukan kegiatannya dengan memasarkan jasa melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook*. Super Fresh Laundry dalam menjalankan usahanya, juga mengalami berbagai hambatan dalam usahanya. Salah satu hambatan tersebut ialah kurang memadainya

penampungan air. Karena penampungan air yang cukup sangat dibutuhkan, dikarenakan SuperFresh Laundry menggunakan air PDAM yang sumber airnya sudah terjadwal. Dalam menjalankan usaha, Super Fresh tidak hanya memiliki hambatan saja, tetapi Super Fresh juga memiliki keunggulan yang sudah teruji, seperti lokasi yang strategis, pewangi pakaian yang tahan lama, kualitas bahan yang digunakan dalam melakukan usaha terjamin keunggulannya. Super Fresh tidak hanya bergerak dalam laundry pakaian, melainkan alat rumah tangga lainnya seperti bedcover, Sajadah, Stroleer Bayi dan lainnya. Keunggulan yang dimiliki tersebut sudah teruji dengan dimilikinya 2 cabang lain yang beralamat di Jalan Basuki Rahmat dan Jalan Residen H. Amaluddin.

Dari fenomena diatas, dalam lingkup 7P yang merupakan pokok utama dalam dunia bisnis, Super Fresh Laundry memiliki semua faktor yang termasuk dalam 7P tersebut. 7P ialah *product, place, promotion, price, people, physical evidence, dan process*. Dalam faktor 7P tersebut, dapat ditinjau dengan adanya analisa berdasarkan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunty, dan Threat*).

Berdasarkan dari *Strenght* (Kekuatan), dari hasil wawancara penulis bersama narasumber yaitu pemilik Super Fresh, bahwa Super Fresh memiliki berbagai kekuatan yaitu mereka memberikan jaminan berupa pengembalian uang jika tidak mencapai hasil yang diinginkan seperti ketepatan waktu dalam pengerjaan, lalu mereka menjamin kualitas bahan yang mereka gunakan seperti pewangi pakaian yang tahan lama, harga yang mereka berikan juga dapat bersaing, serta air yang terjamin kebersihannya.

Untuk *Weakness* (Kekurangan), Super Fresh mengakui bahwa kekurangan mereka adalah masih sering kekurangan air akibat kurangnya tempat penampungan air yang mereka punya, sehingga dapat mengakibatkan keterlambatan pekerjaan dan harus mengeluarkan uang lebih untuk membeli air.

Opportunity (Peluang), peluang yang dimiliki Super Fresh adalah memiliki peluang yang baik, dengan adanya fakta yang sudah nyata. Berkembangnya jasa SuperFresh Laundry yang terdapat pada 2 lokasi lainnya, yaitu di Jalan basuki Rahmat Simpang Polda dan Jalan Residen H.Amaluddinm Simpang Dogan.

Sedangkan *Threat* (Ancaman), dalam dunia bisnis tidak mungkin bahwa ancaman tidak dimiliki oleh pelaku bisnis. Pada SuperFresh Laundry juga terdapat ancaman, seperti adanya pesaing baru antara pelaku bisnis dalam satu daerah yang sama, masih belum terjadwalnya pengaliran air PDAM Tirta Musi dilokasi tempat usaha,.

Saat ini waktu operasional dimulai sejak hari Senin-Sabtu untuk jam operasional dihari senin-jumat dari pukul 08.00 – 19.00 WIB, untuk hari sabtu dari pukul 08-00 – 17.00 WIB Sedangkan, waktu operasional sebelumnya dimulai dari hari Senin-Minggu. Dari waktu operasional tersebut, konsumen yang biasanya datang di hari Minggu jadi berkurang, serta konsumen yang ingin menggunakan jasa SuperFresh di waktu malam, menjadi terhalang sehingga beralih ke tempat lain. Dan sarana dan prasarana yang terus berkembang sehingga menimbulkan perubahan harga yang ikut menyesuaikan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT TERHADAP USAHA JASA LAUNDRY SUPER FRESH (Studi Kasus Super Fresh Laundry Cabang Abihasan)”**

1.2 Rumusan Masalah

Setiap menjalankan kegiatan, perusahaan tidak luput dari berbagai macam permasalahan yang dihadapinya. Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi permasalahnya adalah “Bagaimana penerapan strategi pemasaran laundry Super Fresh dengan menggunakan analisis SWOT?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, supaya penulisan laporan akhir ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi pembahasan pada: analisis SWOT pada laundry Super Fresh.

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penulisan

1.4.1. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan laporan akhir ini yaitu untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran laundry Super Fresh menggunakan analisis SWOT.

1.4.2. Manfaat Penulisan

1. Aspek Teoritis

Laporan ini dapat dijadikan sebagai bahan untuk memperluas wawasan penulis khususnya dalam bidang pemasaran yang berkaitan dengan analisis SWOT.

2. Aspek Praktis

Laporan ini dapat dijadikan bahan masukan atau saran bagi perusahaan dalam memberikan informasi yang berguna tentang strategi pemasaran Usaha Jasa Super Fresh.

1.5 Meteologi Penelitian

1.5.1 Jenis Dan Sumber Data

Dalam penulisan laporan akhir, penulis menggunakan dua macam cara yaitu data primer maupun data sekunder. Menurut Sekaran dan Bougie (2017:130) jenis dan sumber analisis data ada dua, antara lain:

1. Data Primer

Data Primer (*primary data*) mengacu pada informasi yang diperoleh langsung dari tangan pertama) oleh peneliti terkait dengan variabel berkaitan untuk tujuan tertentu dari studi.

2. Data Sekunder

Data sekunder (*secondary data*) mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber literatur yang sudah ada, seperti buku, jurnal atau skripsi.

1.5.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data terpenting dari sebuah penelitian yaitu pengumpulan data, pengumpulan data diperoleh dari proses pengadaan data

karena itu akan mustahil peneliti dapat menghasilkan temuan apabila tidak memperoleh data. Teknik pengumpulan data. Menurut Riduwan (Tanujaya,2017:93), Proses pengumpulan data penulisan Laporan Akhir pada Super Fresh ini adalah dengan menggunakan beberapa metode, antara lain:

1.Riset Lapangan

a) Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mengetahui atau melengkapi data guna memperoleh data yang akurat dan sumber data yang tepat. Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai 1 orang informan. Pada penelitian ini pihak tersebut adalah pemilik Super Fresh.

b) Observasi

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengamatan. Pengamatan dilakukan dengan cara mengamati dan mendokumentasi data yang diperlukan guna menunjang keberhasilan penelitian ini. Penulis mengamati langsung keadaan yang ada dan terjadi pada usaha laundry Super Fresh.

c) Dokumentasi

Hasil penelitian juga semakin kredibel apabila didukung oleh foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada. Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan sebagai

1.5.3 Analisis Data

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis menggunakan analisa data kuantitatif dan kualitatif.

1. Metode Kualitatif

Menurut Sugiyono (2018:9) metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih

menekankan makna dari pada *generalisasi*. Dalam hal ini penulis memilih metode kualitatif dengan wawancara dan observasi pada tempat penelitian secara langsung.

2. Metode Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2018:8) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

