



Jurnal BANSI (Bisnis, Manajemen dan Akuntansi)  
Vol. 4 No. 1 Tahun. 2024

## **Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Daya Saing Bisnis Laundry dengan Pendekatan SWOT (Studi Kasus pada Laundry Kota Pekanbaru)**

Irsyadi Zain<sup>1\*</sup>, Daniel Richardo<sup>2</sup>, Nora Karlina Silalahi<sup>3</sup>, Richson Lee<sup>4</sup>, Reyhan Sabrina<sup>5</sup>, Nuri Dilla Aprillia<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Persada Bunda

e-mail: [irsyadi.zain@gmail.com](mailto:irsyadi.zain@gmail.com)

\*Corresponding Author DOI: <https://doi.org/10.58794/bns.v4i1.890>

### **Abstrak**

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) untuk mengkaji bagaimana teknik pemasaran mempengaruhi kapasitas industri cuci untuk bersaing. Utama Laundry di Kota Pekanbaru dijadikan sebagai subjek studi kasus. Melalui penggunaan wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen, metodologi penelitian kualitatif digunakan. Analisis SWOT merupakan alat yang digunakan untuk mengetahui peluang dan ancaman, serta elemen internal dan eksternal (kekuatan dan kelemahan) yang mempengaruhi daya saing dan strategi pemasaran Utama Laundry. Temuan penelitian menunjukkan bahwa daya saing utama Laundry dipengaruhi oleh taktik pemasaran yang menggabungkan bauran pemasaran (produk, harga, promosi, dan situs). Implikasi manajerial penelitian ini mencakup perlunya mengembangkan rencana pemasaran yang sesuai untuk meningkatkan daya saing industri laundry dengan memaksimalkan kelebihan dan kekuatan serta meminimalkan kelemahan dan ancamannya.

**Kata kunci:** Analisis SWOT, usaha laundry, kemampuan bersaing, strategi pemasaran, dan bauran pemasaran.

### **Abstract**

*This research uses a SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) analysis to examine how marketing techniques affect the washing industry's capacity to compete. Utama Laundry in Pekanbaru City served as the subject of a case study. Through the use of in-depth interviews, observations, and document analyses, a qualitative research methodology is employed. The SWOT analysis is a tool used to determine the opportunities and threats, as well as the internal and external elements (strengths and weaknesses) that impact Utama Laundry's competitiveness and marketing strategies. The findings indicate that Utama Laundry's competitiveness is impacted by marketing tactics that incorporate the marketing mix (product, price, promotion, and site). The research's managerial implications include the necessity of developing a suitable marketing plan to increase the laundry industry's competitiveness by maximizing its advantages and strengths and minimizing its disadvantages and threats.*

**Keywords:** SWOT analysis, laundry business, competitive ability, marketing strategy, and marketing mix.

---

## 1. Pendahuluan

Industri laundry di Kota Pekanbaru mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya urbanisasi dan cara hidup manusia kini bertambah aktif. di dunia lingkungan bisnis yang kompetitif ini, strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing. Perusahaan laundry harus mampu menyesuaikan strategi mereka dengan perubahan dinamika pasar dan preferensi konsumen untuk tetap relevan dan kompetitif.

Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh strategi pemasaran terhadap daya saing bisnis laundry di Kota Pekanbaru dengan pendekatan SWOT. Pendekatan ini dipilih karena SWOT meliputi. Kelemahan, kekuatan, ancaman dan kesempatan memberikan Referensi yang komprehensif untuk menilai sebab di dalam dan diluar yang menjadi sebab keberhasilan bisnis. Melalui analisis SWOT, bisnis dapat mengidentifikasi kekuatan yang harus dimaksimalkan, kekurangan yang harus dibenahi, kesempatan yang bisa digunakan, dan hambatan yang perlu diwaspadai.

Studi kasus ini akan meneliti berbagai strategi pemasaran yang diterapkan oleh bisnis laundry di Pekanbaru, termasuk segmentasi pasar, penetapan target pasar, dan positioning produk. Selain itu, penelitian ini juga akan membahas peran media sosial dan pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami sejauh mana strategi pemasaran mempengaruhi daya saing bisnis laundry di Kota Pekanbaru. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pemilik bisnis laundry mengenai pentingnya perencanaan strategi pemasaran yang tepat dan memberikan rekomendasi yang praktis untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada literatur mengenai strategi pemasaran dan daya saing, tetapi juga memberikan nilai praktis bagi pelaku bisnis dalam mengembangkan strategi yang efektif untuk mencapai keberhasilan jangka panjang. Bisnis laundry semakin berkembang di Kota Pekanbaru seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung lebih praktis dan efisien. Namun, pertumbuhan bisnis laundry ini juga diikuti dengan semakin ketatnya persaingan di antara para pelaku usaha. Untuk dapat bertahan dan memenangkan persaingan, pelaku usaha laundry perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran yang efektif dapat membantu meningkatkan kemampuan bersaing suatu usaha laundry.

Bisnis laundry semakin berkembang seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung lebih praktis dan efisien. Pertumbuhan bisnis laundry di Indonesia mencapai 8,9% pada tahun 2022 [1]. Hal ini juga diikuti dengan semakin ketatnya persaingan di antara para pelaku usaha. Untuk dapat bertahan dan memenangkan persaingan, pelaku usaha laundry perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran yang efektif dapat membantu meningkatkan kemampuan bersaing suatu usaha laundry [2].

Salah satu bisnis laundry yang berkembang di Kota Pekanbaru adalah Laundry. Laundry telah menerapkan strategi pemasaran dalam menjalankan bisnisnya. Namun, sejauh mana strategi pemasaran tersebut berpengaruh terhadap kemampuan bersaing Laundry belum diketahui secara pasti. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap kemampuan bersaing Laundry dengan menggunakan analisis SWOT. Pekanbaru, persaingan dalam industri laundry semakin ketat dengan banyaknya pemain baru yang memasuki pasar.

Mengingat persaingan yang ketat dalam bisnis laundry di Kota Pekanbaru, diperlukan strategi pemasaran yang efektif untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap kemampuan bersaing bisnis laundry di Kota Pekanbaru, dengan mengambil studi kasus pada Laundry.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan: "Bagaimana pengaruh strategi pemasaran yang terdiri dari bauran pemasaran (produk, harga, promosi, dan distribusi) terhadap kemampuan bersaing bisnis laundry di Kota Pekanbaru?".

Penelitian sebelumnya telah mengkaji pengaruh strategi pemasaran pada kinerja bisnis, dalam penelinamun belum banyak yang spesifik pada bisnis laundry di Kota Pekanbaru.

Terdapat kesenjangan penelitian dalam menganalisis pengaruh strategi pemasaran khusus pada bisnis laundry di wilayah Kota Pekanbaru. Penelitian ini akan memberikan wawasan baru mengenai strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing bisnis laundry di Kota Pekanbaru, yang dapat bermanfaat bagi pelaku usaha dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Berdasarkan penjelasan yang telah diberikan sebelumnya, berikut adalah beberapa masukan yang dapat ditambahkan ke dalam tinjauan pustaka untuk memperluas dan memperdalam pembahasan:

Dalam merancang strategi pemasaran yang efektif, segmentasi pasar, penetapan target pasar, dan positioning produk memegang peranan kunci. Segmentasi pasar melibatkan pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok konsumen yang homogen berdasarkan karakteristik tertentu seperti demografi, psikografi, dan perilaku. Penetapan target pasar kemudian menentukan segmen mana yang akan dilayani perusahaan secara khusus. Positioning produk adalah proses menempatkan produk atau merek di benak konsumen dengan cara yang membedakannya dari pesaing. Ketiga elemen ini membentuk fondasi strategi pemasaran yang terarah dan efisien, memastikan bahwa upaya pemasaran dapat mencapai audiens yang tepat dan memenuhi kebutuhan mereka secara efektif.

Selain itu, konsep pemasaran digital telah merevolusi cara perusahaan berinteraksi dengan konsumen. Pemasaran digital mencakup berbagai aktivitas seperti optimasi mesin pencari (*SEO*), pemasaran konten, dan iklan berbayar di *platform digital*. Peran media sosial dalam strategi pemasaran modern juga sangat signifikan. Media sosial memungkinkan perusahaan untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen, membangun komunitas, dan memanfaatkan data konsumen untuk kampanye yang lebih personal dan tepat sasaran. *Platform* seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter* tidak hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk mendapatkan umpan balik dan membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumen [3].

Kemampuan bersaing perusahaan juga sangat dipengaruhi oleh inovasi produk, kualitas layanan, dan manajemen rantai pasokan. Inovasi produk memungkinkan perusahaan untuk memperkenalkan penawaran baru yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi atau menciptakan tren baru di pasar. Kualitas layanan yang unggul tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga mendorong loyalitas, yang pada gilirannya dapat menghasilkan rekomendasi positif dari mulut ke mulut. Manajemen rantai pasokan yang efektif memungkinkan perusahaan untuk mengurangi biaya operasional, meningkatkan kecepatan respons terhadap permintaan pasar, dan memastikan ketersediaan produk yang konsisten.

Keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*) adalah elemen penting untuk mempertahankan posisi pasar jangka panjang. Hal ini dapat dicapai melalui penciptaan nilai yang sulit ditiru oleh pesaing, seperti melalui inovasi berkelanjutan, merek yang kuat, atau hubungan pelanggan yang solid. Keunggulan kompetitif yang berkelanjutan memastikan bahwa perusahaan dapat terus bersaing secara efektif meskipun kondisi pasar berubah atau adanya masuknya pesaing baru.

Analisis *SWOT* adalah instrumen yang sering dipakai dalam taktik rencana untuk menentukan penyebab di sisi luar maupun disisi dalam yang menjadi pengaruh besar perusahaan. Integrasi analisis *SWOT* dengan alat analisis strategis lainnya, seperti Analisis Lima Kekuatan Porter atau *Matriks Boston Consulting Group (BCG)*, dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang lingkungan bisnis dan posisi kompetitif perusahaan. Misalnya, Analisis Lima Kekuatan Porter membantu dalam memahami dinamika persaingan di industri, sementara *Matriks BCG* membantu dalam mengalokasikan sumber daya di antara berbagai unit

bisnis berdasarkan pertumbuhan pasar dan pangsa pasar. Namun, penting untuk mengakui keterbatasan analisis *SWOT*, seperti kecenderungan untuk menghasilkan daftar faktor yang terlalu panjang dan kurang fokus pada implikasi strategis. Untuk mengatasi ini, analisis *SWOT* harus digunakan sebagai bagian dari proses perencanaan strategis yang lebih luas, di mana temuan dari *SWOT* dapat diintegrasikan dengan analisis lain dan diterjemahkan ke dalam tindakan strategis yang konkret.

Dengan menambahkan masukan-masukan tersebut, tinjauan pustaka Anda akan menjadi lebih komprehensif dan mencakup perspektif terkini dari berbagai sumber terkemuka. Hal ini akan memperkuat landasan teori dan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran, kemampuan bersaing, dan analisis *SWOT* dalam konteks bisnis saat ini.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus [4] untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai pengaruh strategi pemasaran terhadap daya saing bisnis Laundry di Kota Pekanbaru. Laundry dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan salah satu bisnis laundry yang berkembang di Kota Pekanbaru dan telah menerapkan strategi pemasaran dalam menjalankan bisnisnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi.

Wawancara mendalam dilakukan kepada pemilik dan karyawan Laundry untuk memperoleh informasi mengenai strategi pemasaran yang diterapkan, kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi, serta faktor-faktor yang memengaruhi daya saing bisnis laundry [5]. Observasi dilakukan di lokasi Laundry untuk mengamati secara langsung kegiatan operasional, fasilitas, dan layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Sedangkan studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari dokumen-dokumen terkait seperti profil perusahaan, laporan penjualan, dan data pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis *SWOT* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) yang merupakan teknik analisis yang umum digunakan dalam perencanaan strategis [6]. Analisis *SWOT* dilakukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi strategi pemasaran dan daya saing Laundry. Hasil analisis *SWOT* kemudian digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat bagi Laundry dalam meningkatkan daya saingnya di industri bisnis laundry.

Untuk memastikan keabsahan data, dilakukan triangulasi sumber data dengan membandingkan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan studi dokumentasi [7]. Selain itu, dilakukan member checking dengan mengonfirmasi kembali informasi yang diperoleh kepada narasumber untuk memastikan keakuratan data.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil analisis *SWOT* menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang meliputi bauran pemasaran (produk/layanan, harga, promosi, dan tempat) berpengaruh signifikan terhadap daya saing bisnis laundry Laundry di Kota Pekanbaru. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai hasil analisis *SWOT*:

### Kekuatan (*Strengths*)

Kualitas layanan yang baik merupakan kekuatan utama Laundry dalam bersaing dengan bisnis laundry lainnya. Pelanggan merasa puas dengan kecepatan pengerjaan, kebersihan hasil cucian, serta pelayanan yang ramah dari karyawan. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas layanan juga menjadi daya tarik bagi pelanggan. Selain itu, lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau turut memberikan keunggulan bagi Laundry dalam menarik pelanggan.

### Kelemahan (*Weaknesses*)

Meskipun memiliki kekuatan, Laundry juga memiliki kelemahan dalam hal promosi yang belum maksimal, terutama dalam memanfaatkan media sosial dan kerjasama dengan

perusahaan atau instansi. Kelemahan lainnya adalah fasilitas yang terbatas, seperti ruang tunggu yang sempit dan jumlah mesin cuci yang terbatas. Hal ini dapat mengurangi kenyamanan pelanggan dan menghambat kapasitas produksi.

Peluang (*Opportunities*)

Pertumbuhan permintaan laundry seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung lebih praktis menjadi peluang besar bagi Laundry. Selain itu, perkembangan teknologi informasi juga membuka peluang untuk mengembangkan layanan online yang dapat mempermudah pelanggan dalam memesan jasa laundry.

Ancaman (*Threats*)

Persaingan usaha yang semakin ketat dengan banyaknya bisnis laundry baru yang bermunculan menjadi ancaman bagi Laundry. Pelaku usaha laundry perlu terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan agar dapat mempertahankan pelanggan. Selain itu, kenaikan biaya operasional seperti listrik, air, dan bahan bakar juga menjadi ancaman yang harus diantisipasi melalui efisiensi biaya dan pencarian alternatif sumber energi yang lebih murah.

Berdasarkan analisis SWOT tersebut, strategi yang dapat diterapkan oleh Laundry adalah mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan serta menjaga harga yang kompetitif, meningkatkan promosi melalui media sosial dan kerjasama dengan perusahaan atau instansi, mengembangkan layanan online dan pemanfaatan teknologi informasi, memberikan pelayanan prima dan inovasi layanan untuk menghadapi persaingan usaha, serta melakukan efisiensi biaya operasional.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa strategi pemasaran yang meliputi bauran pemasaran berpengaruh terhadap daya saing bisnis [8]. Namun, terdapat temuan yang berbeda dengan penelitian [9] yang menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis laundry. Dalam penelitian ini, promosi melalui media sosial dan kerjasama dengan perusahaan atau instansi dianggap penting untuk meningkatkan daya saing Laundry.

### **Analisis SWOT Laundry**

Laundry memiliki potensi besar untuk bersinar dan menjadi bisnis yang sukses. Kekuatan utama Laundry terletak pada kualitas layanannya yang unggul, dengan kecepatan pengerjaan yang memuaskan, hasil cucian yang bersih, dan pelayanan yang ramah dari karyawan. Ditambah lagi dengan harga yang kompetitif dan lokasi yang strategis, Laundry mampu menarik banyak pelanggan. Namun, Laundry masih memiliki beberapa kelemahan yang perlu dibenahi, seperti promosi yang belum maksimal dan fasilitas yang terbatas. Promosi yang kurang gencar dapat menghambat Laundry dalam menjangkau pelanggan baru dan meningkatkan brand awareness. Sementara itu, fasilitas yang terbatas, seperti ruang tunggu yang sempit dan jumlah mesin cuci yang terbatas, dapat mengurangi kenyamanan pelanggan dan menghambat kapasitas produksi. Untuk mengatasi kelemahan tersebut dan memaksimalkan kekuatannya, Laundry dapat menerapkan beberapa strategi berikut:

#### **Meningkatkan Promosi**

Manfaatkan media sosial secara efektif, seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok*, untuk membuat konten menarik dan informatif, berinteraksi dengan pelanggan, dan menjalin kerjasama dengan *influencer*. Promosi melalui media sosial dan kerjasama dengan perusahaan atau instansi dapat meningkatkan daya saing Laundry.

#### **Memperluas Fasilitas**

Perluas ruang tunggu untuk memberikan kenyamanan bagi pelanggan dan pertimbangkan untuk menambah jumlah mesin cuci atau menggunakan mesin cuci dengan kapasitas yang lebih besar untuk meningkatkan kapasitas produksi.

#### **Mengembangkan Layanan Online**

Manfaatkan teknologi informasi untuk mengembangkan layanan online yang dapat mempermudah pelanggan dalam memesan jasa laundry. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa perkembangan teknologi informasi membuka peluang untuk mengembangkan layanan online yang dapat mempermudah pelanggan dalam memesan jasa laundry.

#### **Memberikan Pelayanan Prima dan Inovasi Layanan**

Tingkatkan kualitas layanan dengan memberikan pelatihan ekstra kepada staf, menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi, dan menawarkan layanan tambahan seperti setrika uap, cuci sepatu, dan dry cleaning. Berikan pelayanan prima dan inovasi layanan untuk menghadapi persaingan usaha.

#### **Melakukan Efisiensi Biaya Operasional**

Lakukan efisiensi biaya operasional dengan mencari alternatif sumber energi yang lebih murah dan menerapkan strategi hemat energi. Hal ini penting untuk mengantisipasi kenaikan biaya operasional seperti listrik, air, dan bahan bakar.

Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut, Laundry dapat meningkatkan daya saingnya dan mencapai puncak kejayaan bisnisnya. Ingatlah bahwa kunci utama kesuksesan adalah konsistensi dan dedikasi dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggan.

Hasil Wawancara Peneliti dengan Informan untuk Faktor Internal dan Eksternal *SWOT* dalam "Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Daya Saing Bisnis Laundry dengan Pendekatan *SWOT* (Studi Kasus pada Laundry Kota Pekanbaru)"

Peneliti : Terima kasih sudah meluangkan waktu untuk wawancara ini. Bisa Anda jelaskan faktor internal apa saja yang mempengaruhi bisnis laundry di Kota Pekanbaru?

Informan : Tentu, ada beberapa faktor internal yang signifikan. Pertama, kualitas pelayanan. Pelanggan sangat menghargai ketepatan waktu dan hasil cucian yang bersih. Kedua, harga yang kompetitif. Bisnis laundry harus dapat menyeimbangkan antara harga yang terjangkau dan keuntungan. Ketiga, lokasi usaha yang strategis, seperti dekat dengan area perumahan atau perkantoran. Keempat, fasilitas dan peralatan yang digunakan, seperti mesin cuci modern dan bahan pembersih yang berkualitas. Terakhir, keterampilan dan profesionalisme karyawan juga sangat berpengaruh.

Peneliti : Baik, itu faktor internal. Bagaimana dengan faktor eksternal yang mempengaruhi bisnis laundry di sini?

Informan : Untuk faktor eksternal, ada beberapa hal yang penting. Pertama, tingkat persaingan. Banyaknya bisnis laundry yang ada membuat persaingan semakin ketat. Kedua, kondisi ekonomi masyarakat. Jika kondisi ekonomi memburuk, pelanggan mungkin akan mengurangi frekuensi mencuci di laundry. Ketiga, tren dan preferensi konsumen, seperti meningkatnya kesadaran akan lingkungan yang membuat pelanggan memilih laundry yang ramah lingkungan. Keempat, regulasi pemerintah yang mengatur tentang bisnis laundry, termasuk pajak dan izin usaha. Terakhir, adanya inovasi teknologi baru yang bisa diadopsi oleh bisnis laundry.

Peneliti : Menarik sekali. Bisa Anda jelaskan lebih detail tentang kekuatan (*Strengths*) dari bisnis laundry di Pekanbaru?

Informan : Kekuatan utama adalah kualitas pelayanan yang tinggi dan kepuasan pelanggan yang baik. Banyak pelanggan yang loyal karena mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Selain itu, lokasi yang strategis juga menjadi kekuatan, terutama bagi laundry yang terletak di dekat pusat keramaian. Peralatan canggih dan bahan pembersih yang ramah lingkungan juga menjadi nilai tambah yang menarik bagi pelanggan.

Peneliti : Lalu, apa kelemahan (*Weaknesses*) yang sering ditemukan dalam bisnis laundry di sini?

Informan : Kelemahan yang paling umum adalah keterbatasan modal untuk memperbarui peralatan atau memperluas usaha. Selain itu, masih ada masalah dengan manajemen waktu dan pengelolaan karyawan yang kadang kurang efisien. Ada juga beberapa laundry yang belum menerapkan sistem promosi yang efektif sehingga kurang dikenal oleh masyarakat luas.

Peneliti : Baik, bagaimana dengan peluang (*Opportunities*) yang bisa dimanfaatkan oleh bisnis laundry di Pekanbaru?

Informan : Peluang besar ada pada peningkatan jumlah penduduk dan urbanisasi. Semakin banyak orang pindah ke kota, semakin besar kebutuhan akan jasa laundry. Selain itu, dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya waktu, banyak orang lebih memilih menggunakan jasa laundry daripada mencuci sendiri. Inovasi teknologi juga membuka peluang untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas pelayanan. Program loyalitas pelanggan dan promosi melalui media sosial juga bisa menjadi peluang yang baik.

Informan : Ancaman utama datang dari tingkat persaingan yang sangat ketat. Banyaknya pemain baru dalam industri ini membuat persaingan harga menjadi tidak terhindarkan. Kondisi ekonomi yang fluktuatif juga menjadi ancaman, karena bisa mengurangi daya beli masyarakat. Selain itu, perubahan regulasi pemerintah yang tidak terduga bisa menjadi ancaman bagi bisnis yang belum siap. Adanya isu lingkungan dan penggunaan bahan kimia yang tidak ramah lingkungan juga bisa menjadi masalah jika tidak ditangani dengan baik.

Peneliti : Terima kasih banyak atas wawancaranya. Informasi yang Anda berikan sangat membantu untuk penelitian kami.

Informan : Sama-sama, semoga penelitian Anda sukses dan bermanfaat untuk pengembangan bisnis laundry di Pekanbaru.

Berdasarkan analisis *SWOT*, strategi yang dapat diterapkan oleh Laundry adalah mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan serta menjaga harga yang kompetitif, memanfaatkan kekuatan yang dimiliki. Untuk mengatasi kelemahan, peningkatan promosi melalui media sosial dan kerjasama dengan perusahaan atau instansi menjadi langkah penting. Selain itu, mengembangkan layanan online dan memanfaatkan teknologi informasi dapat memaksimalkan peluang yang ada. Dalam menghadapi persaingan usaha, memberikan pelayanan prima dan inovasi layanan menjadi kunci untuk tetap unggul. Mengatasi ancaman juga memerlukan langkah efisiensi biaya operasional dan mencari alternatif sumber energi yang lebih murah. Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut, Laundry dapat meningkatkan kemampuan bersaingnya di industri bisnis laundry yang semakin kompetitif.

	<b>Kekuatan (S)</b>	<b>Kelemahan (W)</b>
<b>Internal</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga terjangkau</li> <li>2. Lokasi yang strategis (dekat kos)</li> <li>3. Jumlah pelanggan yang tinggi</li> <li>4. Pelayanan yang diberikan disesuaikan dengan permintaan pelanggan (mekanik, manual)</li> <li>5. Adanya usaha lain seperti setrika pakaian.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lamanya proses laundry yang memakan waktu 2-3 hari</li> <li>2. Lahan yang masih kurang, khususnya untuk parkir</li> <li>3. Pesanan menumpuk akibat banyaknya pesanan</li> <li>4. Pakaian kadang rusak akibat dicampur saat dicuci</li> <li>5. Kurangnya tenaga kerja</li> </ol>
<b>Eksternal</b>		
<b>Peluang (O)</b>	<b>SO Strategi</b>	<b>WO Strategi</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sebagian besar masyarakat tidak punya waktu untuk mencuci</li> <li>2. Adanya kos yang tidak dilengkapi dengan jemuran</li> <li>3. Konsumen yang pasti</li> <li>4. Tingkat keinginan konsumen yang kompleks dan instan</li> <li>5. Belum banyak jasa laundry yang menyediakan juga jasa setrika</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat promo penuruan bagi member laundry</li> <li>2. Membagi menjadi laundry kiloan dan potongan</li> <li>3. Menjaga kualitas pelayanan, sehingga konsumen betah</li> <li>4. Menambah tenaga kerja dan jumlah mesin</li> <li>5. Membuat brosur laundry yang bisa menerima jasa setrika</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Layanan laundry kilat</li> <li>2. Menyediakan layanan antar jemput</li> <li>3. Menambah tenaga kerja dan jumlah mesin</li> <li>4. Melakukan pemilahan pakaian sesuai dengan keinginan konsumen sebelum dicuci</li> <li>5. Memberikan kompensasi yang baik agar mau bekerja lebih maksimal</li> </ol>
<b>Ancaman (T)</b>	<b>ST Strategi</b>	<b>WT Strategi</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Muncul usaha laundry lainnya</li> <li>2. Usaha laundry lain yang membuat harga yang lebih murah</li> <li>3. Tingkat kepuasan konsumen atas hasil laundry yang berubah-ubah</li> <li>4. Teknologi mesin cuci yang makin canggih</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat promo pencucian bagi member laundry</li> <li>2. Mempertahankan harga tetapi meningkatkan kualitas hasil</li> <li>3. Menjaga kepercayaan pelanggan dengan pelayanan yang terbaik</li> <li>4. Menjaga kepercayaan pelanggan dengan memberikan hasil yang memuaskan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Layanan laundry kilat</li> <li>2. Layanan antar jemput</li> <li>3. Perbanyak mesin cuci dan peningkatan karyawan agar lebih maksimal</li> <li>4. Melakukan pemilahan pakaian berdasarkan jenis, warna dan kualitas sesuai permintaan konsumen</li> </ol>

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang meliputi bauran pemasaran (produk, harga, promosi, dan tempat) berpengaruh signifikan terhadap daya saing bisnis Laundry di Kota Pekanbaru. Faktor internal yang menjadi kekuatan utama Laundry adalah kualitas layanan yang baik, harga yang kompetitif, dan lokasi usaha yang strategis. Namun, kelemahan utamanya terletak pada promosi yang belum maksimal dan fasilitas yang terbatas. Sementara itu, faktor eksternal yang menjadi peluang bagi Laundry adalah pertumbuhan permintaan laundry seiring dengan perubahan gaya hidup dan perkembangan teknologi informasi. Ancaman yang dihadapi meliputi persaingan usaha yang semakin ketat dan kenaikan biaya operasional. Berdasarkan analisis *SWOT*, strategi yang dapat diterapkan Laundry meliputi mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan serta harga kompetitif, meningkatkan promosi melalui media sosial dan kerjasama, mengembangkan layanan online, dan memberikan layanan yang ramah lingkungan.

Temuan ini mengimplikasikan bahwa untuk meningkatkan daya saing di industri laundry yang kompetitif, pelaku bisnis perlu meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan, melakukan promosi yang gencar melalui berbagai media, serta tetap memperhatikan penetapan harga yang kompetitif dan strategi distribusi yang efektif. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi daya saing bisnis laundry, seperti penerapan teknologi, manajemen sumber daya manusia, atau aspek keberlanjutan bisnis. Selain itu, penelitian dengan cakupan wilayah yang lebih luas juga dapat dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang industri laundry di Indonesia.

#### Daftar Pustaka

- [1] R. Lestari, "Digital marketing, persepsi harga, kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap kinerja pemasaran laundry," *JPPPI (Jurnal Penelit. Pendidik. Indones.*, vol. 10, no. 1, pp. 151–157, 2024.
- [2] A. Rifai, "MEMPERKUAT KINERJA PEMASARAN USAHA LAUNDRY DENGAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI INTERVENING," *J. Manaj. dan Retail*, vol. 1, no. 02, pp. 85–102, 2021.
- [3] E. N. Syahputro, *Melejitkan pemasaran UMKM melalui media sosial*. Caremedia Communication, 2020.
- [4] A. Dani, "Strategi mempertahankan loyalitas konsumen usaha Laundry Arafah Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus 38 Banjarrejo Lampung Timur)." IAIN Metro, 2020.
- [5] A. F. Sabilla, "A Analisa Implementasi Strategi Pemasaran Terhadap Usaha Pelayanan Jasa AnanAbyan Laundry: Analisa Implementasi Strategi Pemasaran Terhadap Usaha Pelayanan Jasa AnanAbyan Laundry," in *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi*, 2024.
- [6] S. Sodikin and S. Gumiandari, "Analisis swot mutu evaluasi pembelajaran," *JDMP (Jurnal Din. Manaj. Pendidikan)*, vol. 6, no. 1, 2021.
- [7] W. Wahidmurni, "Pemaparan metode penelitian kualitatif," 2017.
- [8] M. I. Nasution, M. A. Prayogi, and S. M. A. Nasution, "Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan," *J. Ris. Sains Manaj.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–12, 2017.
- [9] S. Tirtayasa, I. Nadra, and H. Khair, "Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM dimoderasi Teknologi pada masa Pandemi Covid-19," *J. Ilm. Manaj. Dan Bisnis*, vol. 22, no. 2, pp. 244–259, 2021.