

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PADA LAUNDRY SIMA PLEKUTIK DI TANJUNG BARAT

Author

Ananda Noviyana

Universitas Indraprasta PGRI

Hapsari Widayani

Dr. Vella Anggresta

Abstract

This study aims to examine the enhancement of competitiveness and the impact of increased sales through SWOT analysis and the marketing mix. It employs a descriptive qualitative research design. Data collection methods included direct observation and interviews with six individuals—comprising the owner, employees, and customers of Laundry Sima Plekutik—and were further supported by relevant internal and external documents. The study focused on Laundry Sima Plekutik, which operates in the Tanjung Barat area of South Jakarta. The results indicate that the strategies implemented by Laundry Sima Plekutik were formulated based on a SWOT analysis, which served as the foundation for determining the direction of efforts to boost business competitiveness. The SWOT analysis facilitated the identification of strengths, weaknesses, opportunities, and threats, ensuring that the designed strategies were well-targeted and aligned with the business's actual conditions. Meanwhile, the application of marketing strategies using the marketing mix approach—encompassing product, price, place, promotion, people, and service processes—proved effective in attracting and retaining customers. The implemented strategies demonstrated their effectiveness in supporting business growth, as evidenced by the increase in customer numbers and revenue between 2023 and 2024. Consequently, Laundry Sima Plekutik has been able to strengthen its market position and demonstrate a significant improvement in competitiveness.

Keywords

Enhancing Competitiveness, Marketing Mix, Laundry

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan daya saing dan dampak peningkatan penjualan melalui analisis SWOT dan bauran Pemasaran. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi secara langsung dan wawancara kepada beberapa narasumber, yaitu *owner*, karyawan dan konsumen Laundry Sima Plekutik dengan jumlah total enam orang, selain itu penelitian ini juga didukung oleh dokumen internal dan eksternal yang relevan. Lokasi penelitian berfokus pada usaha Laundry Sima plekutik yang beroperasi di wilayah Tanjung Barat Jakarta Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh Laundry Sima Plekutik disusun berdasarkan analisis SWOT yang digunakan sebagai dasar dalam menentukan arah strategi peningkatan daya saing usaha. SWOT membantu dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, sehingga strategi yang dirancang lebih tepat sasaran dan sesuai dengan kondisi aktual usaha. Sementara itu, penerapan strategi pemasaran melalui pendekatan bauran pemasaran mencakup elemen produk, harga, tempat, promosi, orang, dan proses pelayanan terbukti memberikan dampak positif dalam menarik dan mempertahankan konsumen. Strategi yang dijalankan telah menunjukkan efektivitasnya dalam mendukung pertumbuhan usaha. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah konsumen dan pendapatan pada tahun 2023 hingga 2024. Dengan demikian, Laundry Sima Plekutik mampu memperkuat posisinya dipasar dan menunjukkan peningkatan daya saing yang signifikan.

Kata kunci

Meningkatkan Daya Saing, Marketing Mix, Laundry

2025

Page

49 - 59

DOI

PENDAHULUAN

Kemajuan dalam bidang ekonomi, menyebabkan perkembangan dunia usaha juga mengalami pertumbuhan dan kemajuan yang pesat. Hal ini membuat para produsen untuk lebih berfikir kritis, kreatif dan inovatif terhadap perubahan yang terjadi, baik di bidang sosial, budaya, politik maupun ekonomi. Pada keadaan ini menimbulkan persaingan yang disebabkan bertambahnya pesaing bisnis, kebutuhan pasar, dan meningkatkan volume produk. Strategi pemasaran merupakan salah satu cara meraih keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, baik untuk perusahaan yang memproduksi barang maupun jasa (Wibowo, 2015).

Persaingan bisnis yang semakin ketat, menimbulkan banyak konsekuensi dalam persaingan usahanya. Pelaku usaha dituntut untuk meningkatkan daya saingnya secara terus menerus. Para pelaku usaha dalam waktu cepat harus mampu mengubah diri menjadi lebih kuat dan mampu menanggapi kebutuhan pasar. Jika dikaitkan dengan aspek pemasaran, perusahaan yang memiliki pemasaran yang kuat akan mampu bersaing dalam persaingan bisnis yang ketat.

Pengelolaan Laundry Sima Plekutik dalam strategi pemasaran masih bisa dibilang belum cukup efektif, oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk merumuskan bagaimana strategi pemasaran yang tepat pada usaha Laundry Sima Plekutik. Dalam hal ini termasuk penetapan harga yang sesuai, promosi yang efektif, distribusi yang efisien, dan pengembangan produk atau layanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pemasukan dalam usaha laundry ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Laundry Sima Plekutik di Tanjung Barat”.

METODE

Penulis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang menggunakan narasi atau kata-kata untuk menggambarkan dan menjelaskan makna di balik fenomena, gejala, dan situasi sosial tertentu. Dalam pendekatan ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang bertugas untuk memberi makna dan menginterpretasikan berbagai fenomena, gejala, dan situasi sosial tersebut. Oleh karena itu, peneliti harus menguasai teori-teori yang relevan untuk menganalisis perbedaan antara konsep-konsep teoritis dan fakta-fakta yang ada di lapangan (Waruwu, 2023).

Hasil

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara bertujuan untuk memperoleh informasi lebih lanjut untuk meningkatkan daya saing dalam strategi pemasaran pada Laundry Sima Plekutik. Wawancara ini dilakukan secara sistematis dengan menyiapkan daftar pertanyaan terlebih dahulu sebelum menemui narasumber.

Selama proses wawancara, subjek penelitian menggunakan Bahasa yang tidak baku. Namun, peneliti mengubah hasil wawancara tersebut ke dalam Bahasa Indonesia yang baku untuk keperluan penelitian. Adapun hasil wawancara dan observasi yang diperoleh peneliti yaitu sebagai berikut:

Tabel 1

Wawancara Siti Magfiroh selaku Owner Laundry Sima Plekutik

Pertanyaan	Jawaban
Apa saja layanan yang ditawarkan oleh Laundry Sima Plekutik ini?	Layanan yang ditawarkan oleh Laundry Sima Plekutik meliputi jasa cuci dan setrika pakaian.
Bagaimana penentuan harga pada Laundry Sima Plekutik ini yang ditawarkan kepada konsumen ?	Harga yang ditawarkan laundry sima plekutik. sangat terjangkau, mulai dari Rp.4.500,- per kilo untuk setrika saja dan Rp.7.000,- per kilo untuk layanan cuci gosok.

Menurut anda, apakah lokasi laundry sima plekutik ini strategis dan mudah dijangkau oleh transportasi ?

Menurut saya, lokasi laundry sima plekutik cukup strategis karena berada di tengah permukiman padat penduduk, yang memudahkan konsumen untuk mengakses layanan kami. Namun, aksesibilitas transportasi masih memiliki kendala karena jalan menuju lokasi berupa gang sempit yang tidak dapat dilalui kendaraan roda empat. Meskipun begitu, hal ini diimbangi dengan adanya layanan antar jemput yang kami sediakan untuk mengatasi keterbatasan akses tersebut.

Apa saja bentuk promosi yang dilakukan laundry sima plekutik ini ?

Laundry sima plekutik melakukan promosi melalui media sosial, khususnya *WhatsApp*, dengan cara menyebarkan informasi layanan dan penawaran kepada konsumen secara langsung melalui pesan pribadi maupun status *WhatsApp* dan sebagai daya tarik tambahan, Laundry ini juga menyediakan layanan antar jemput pakaian secara gratis bagi konsumen di sekitar lokasi usaha.

Apakah hasil promosi yang dilakukan berpengaruh pada peningkatan penjualan dan daya saing laundry sima plekutik ini ?

Sangat berpengaruh, strategi antar jemput pakaian secara gratis sangat efektif untuk menjangkau konsumen secara cepat dan meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam menggunakan jasa laundry.

Apakah ada ketentuan minimal pendidikan terakhir sebagai karyawan di laundry sima plekutik ini ?

Untuk karyawan laundry tidak menetapkan ketentuan minimal pendidikan terakhir bagi calon karyawan.

Apakah kriteria anda dalam memilih karyawan agar laundry sima plekutik ini dapat meningkatkan penjualan dan daya saing ?

Kriterianya bersikap jujur, disiplin, teliti dalam bekerja, memiliki tanggung jawab terhadap pekerjaan, kemampuan bekerja dalam tim, serta kemauan untuk belajar dan bekerja keras.

Bagaimana SOP yang diterapkan laundry sima plekutik dalam pelayanan kepada konsumen ?

SOP yang diterapkan dalam melayani konsumen bersikap ramah dan sopan santun. Memberikan informasi yang jelas mengenai layanan, harga, estimasi pengerjaan, dan mendengarkan secara seksama setiap permintaan atau keluhan konsumen.

Menurut anda, apa kelebihan dan kekurangan dari laundry sima plekutik ini ?

Menurut saya kelebihan dari laundry sima plekutik ini harganya sangat terjangkau dibandingkan dengan laundry lain sehingga menarik pelanggan dari berbagai kalangan ekonomi, berlokasi di tengah permukiman padat penduduk sehingga mudah dijangkau oleh konsumen sekitar serta memiliki pasar yang jelas, dan menyediakan layanan antar jemput pakaian tanpa biaya tambahan, yang menambah kenyamanan. Kekurangan dari laundry yaitu lokasi berada di gang sempit yang tidak bisa dijangkau oleh kendaraan roda empat, sehingga menyulitkan pengantaran dalam jumlah besar.

Bagaimana proses pelayanan kepada konsumen dari awal hingga akhir?

Proses pelayanan kepada konsumen di laundry sima plekutik dimulai dari penerimaan pakaian, baik secara langsung maupun melalui layanan antar jemput. Karyawan mencatat jumlah, jenis pakaian, serta permintaan khusus dari konsumen. Setelah penimbangan dan konfirmasi harga, pakaian dipisahkan sesuai jenis dan warna, lalu dicuci, dikeringkan, dan disetrika. Setelah itu, pakaian dikemas rapi dan

dikembalikan kepada konsumen sesuai waktu yang disepakati. Proses ditutup dengan penyerahan pakaian, pembayaran, dan ucapan terima kasih sebagai bentuk pelayanan yang ramah dan professional.

Sumber : Data Diolah

Tabel 2

Wawancara Zazkia selaku Karyawan Laundry Sima Plekutik

Pertanyaan	Jawaban
<p>Apa saja jasa layanan yang ditawarkan oleh laundry sima plekutik ini?</p> <p>Layanan laundry sima plekutik apa yang paling diminati konsumen?</p> <p>Sudah berapa lama anda bekerja di laundry sima plekutik ini?</p> <p>Apakah sebelumnya anda sudah memiliki pengalaman dalam melayani konsumen yang berkaitan dengan jasa laundry seperti ini?</p>	<p>Layanan yang ditawarkan oleh laundry ini adalah jasa cuci dan setrika pakaian.</p> <p>Layanan yang paling diminati oleh konsumen laundry adalah layanan setrika pakaian.</p> <p>Saya bekerja di laundry ini kurang lebih sudah 2 tahun.</p> <p>Saya belum memiliki pengalaman sebelumnya dalam melayani konsumen di jasa laundry, karena ini merupakan pengalaman pertama saya bekerja dibidang ini. Meskipun demikian, saya berkomitmen untuk mempelajari dan menerapkan prosedur pelayanan secara optimal guna memberikan layanan yang baik dan memuaskan kepada setiap konsumen.</p>
<p>Apa saja tugas utama yang anda lakukan sebagai karyawan laundry sima plekutik ini?</p>	<p>Tugas utama saya sebagai karyawan laundry sima plekutik adalah menyetrika pakaian. Dalam menjalankan tugas ini, saya bertanggung jawab untuk memastikan setiap pakaian yang disetrika mencapai standar kerapian yang ditetapkan, sehingga pelanggan menerima hasil yang rapi dan siap pakai.</p>
<p>Apakah konsumen mendapatkan diskon bila rutin menggunakan jasa laundry laundry sima plekutik ini?</p>	<p>Konsumen tidak mendapatkan diskon di laundry sima plekutik karena harga yang ditawarkan sudah sangat terjangkau. Selain itu, laundry ini juga memberikan layanan antar jemput gratis sebagai bentuk nilai tambah bagi konsumen.</p>
<p>Bagaimana proses pelayanan cuci/setrika yang dilakukan pada laundry sima plekutik ini?</p>	<p>Proses setrika laundry dilakukan secara sistematis setelah tahap pencucian dan pengeringan selesai. Pertama, saya memeriksa jenis dan bahan pakaian untuk menentukan pengaturan suhu setrika yang sesuai. Kemudian, pakaian disetrika secara hati-hati mulai dari bagian yang paling mudah berkerut hingga seluruh permukaan, dengan memperhatikan tekanan dan kecepatan agar hasilnya rapi tanpa merusak kain. Setelah proses penyetrikaan, pakaian dilipat dengan teliti dan dikemas untuk menjaga kerapian hingga diterima oleh konsumen.</p>
<p>Bagaimana proses pembayaran di laundry sima plekutik ini?</p> <p>Menurut anda sebagai karyawan, apakah ada kendala yang anda alami selama bekerja di laundry sima plekutik ini?</p> <p>Bagaimana pengalaman anda bekerja di laundry ini?</p>	<p>Untuk pembayaran yang disediakan yaitu dengan uang tunai dan via transfer saja.</p> <p>Kendala yang pernah saya alami pengaturan suhu dan tekanan uap yang tidak konsisten, sehingga hasil setrika tidak optimal.</p> <p>Pengalaman saya bekerja di laundry sima plekutik merupakan pengalaman yang sangat berharga dan menantang. Pengalaman ini mengajarkan saya untuk selalu menyesuaikan suhu tekanan setrika dengan karakteristik masing-masing bahan agar hasilnya rapi dan</p>

Menurut anda, apakah lokasi laundry sima plekutik ini strategis dan mudah dijangkau oleh transportasi ?

Apakah menurut anda lokasi laundry sima plekutik ini dapat meningkatkan daya saing pada laundry sekitarnya?

Media promosi apa saja yang telah dilakukan oleh Laundry Sima Plekutik yang Anda ketahui?

Apakah hasil promosi yang dilakukan berpengaruh pada peningkatan penjualan dan daya saing laundry sima plekutik ini ?

tidak merusak pakaian. Selain itu, saya juga belajar mengelola waktu dengan lebih efisien terutama saat menghadapi volume pekerjaan yang padat sehingga kualitas layanan tetap terjaga.

Menurut saya, lokasi laundry ini kurang strategis untuk kendaraan roda empat, karena berlokasi ditengah pemukiman padat penduduk dan gang sempit sehingga hanya bisa dijangkau dengan kendaraan motor atau berjalan kaki.

Menurut saya, lokasi laundry yang berada di tengah pemukiman padat dapat meningkatkan daya saing di antara laundry sekitarnya.

Media promosi yang dilakukan oleh laundry yang saya ketahui menggunakan media *WhatsApp*.

Menurut saya berpengaruh, karena dengan memasang status di *WhatsApp* banyak konsumen yang mengirim pesan secara pribadi agar pakaian nya di jemput untuk di laundry.

Sumber: Data Diolah

PEMBAHASAN

1. Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing di Laundry Sima Plekutik

Dalam menjalankan strategi untuk meningkatkan daya saing, Laundry Sima Plekutik perlu mengenali kekuatan internal serta ancaman eksternal melalui analisis SWOT. SWOT terdiri dari empat komponen utama, yaitu *Strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman), yang keseluruhannya berperan penting dalam meningkatkan daya saing Laundry Sima Plekutik. Berdasarkan wawancara dengan *owner*, karyawan, dan konsumen Laundry Sima Plekutik, diperoleh hasil sebagai berikut:

a. *Strengths* (Kekuatan)

Kekuatan yang dimiliki Laundry Sima Plekutik merupakan keunggulan kompetitif yang dimilikinya dan menjadi salah satu indikator penting dalam upaya meningkatkan daya saing.

Kekuatan yang dimiliki oleh laundry Sima Plekutik adalah memberikan pelayanan yang baik saat melayani konsumen. Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dengan Dewi Wulandari selaku konsumen laundry mengatakan bahwa “menurut saya kualitas layanan yang diberikan oleh laundry sima plekutik sangat baik. *Owner* dan karyawan juga ramah dalam melayani konsumen”. Kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen memberikan pengaruh dalam peningkatan daya saing karena konsumen menjadikan Laundry Sima Plekutik sebagai tempat pilihan konsumen untuk mencuci dan menyetraka pakaian.

Harga layanan yang terjangkau dengan kualitas yang baik, salah satu keunggulan utama Laundry Sima Plekutik adalah penetapan harga layanan yang sangat terjangkau tanpa mengesampingkan kualitas hasil kerja. Berdasarkan hasil wawancara dengan Nailul Munah selaku konsumen laundry mengatakan bahwa “menurut saya dengan harga Rp.4.500,- per kilo untuk setrika pakaian, kualitas yang diberikan sangat memuaskan”. Penetapan harga rendah ini sangat tepat diterapkan oleh usaha mikro dalam menjangkau konsumen lebih luas dan membangun loyalitas, khususnya dikalangan masyarakat menengah kebawah yang sensitif terhadap harga. Selain itu, harga terjangkau ini juga mencerminkan komitmen usaha dalam menyediakan layanan yang berkualitas dengan biaya yang ekonomis.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa yang menjadi kekuatan pada Laundry Sima Plekutik adalah memberikan pelayanan yang baik saat melayani konsumen, harga layanan yang

terjangkau dengan kualitas yang baik, layanan antar jemput pakaian gratis, dan memiliki karyawan yang berpengalaman dan berdedikasi tinggi. Hal ini menjadi salah satu strategi yang diterapkan oleh Laundry Sima Plekutik untuk meningkatkan daya saing.

b. *Weakness (Kelemahan)*

Berdasarkan hasil analisis internal, ditemukan sejumlah kelemahan yang dapat menghambat efektivitas operasional dan pertumbuhan usaha Laundry Sima Plekutik apabila tidak segera ditangani dengan strategi yang tepat.

Salah satu kelemahan yang dimiliki Laundry Sima Plekutik adalah akses lokasi usaha yang kurang mendukung. Laundry ini berada di area pemukiman padat dengan jalan sempit, sehingga menyulitkan kendaraan roda empat untuk menjangkau lokasi seperti yang diutarakan oleh Zazkia selaku karyawan Laundry Sima Plekutik “menurut saya, lokasi laundry ini kurang strategis untuk kendaraan roda empat, karena berlokasi ditengah pemukiman padat penduduk dan gang sempit sehingga hanya bisa dijangkau dengan kendaraan motor atau berjalan kaki”. Hal ini menjadi kendala tersendiri, terutama saat melayani permintaan dalam jumlah besar atau dari konsumen yang berada di luar wilayah sekitar laundry.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat disimpulkan bahwa kelemahan yang dimiliki Laundry Sima Plekutik adalah akses lokasi usaha yang kurang mendukung, kurangnya variasi media sosial untuk melakukan promosi, tidak adanya diskon untuk konsumen dan kendala cuaca yang menyebabkan pelayanan menjadi kurang efisien dan tidak tepat waktu. Kelemahan ini perlu segera dibenahi agar Laundry Sima Plekutik dapat terus berkembang dan bersaing secara efektif di tengah industri jasa laundry yang semakin banyak.

c. *Opportunities (Peluang)*

Peluang merupakan suatu kondisi atau situasi yang dapat dimanfaatkan oleh suatu usaha untuk berkembang, meningkatkan keuntungan, serta memperluas pasar untuk meningkatkan daya saing.

Laundry Sima Plekutik memiliki beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing, salah satunya adalah lokasi usaha yang berada ditengah permukiman padat penduduk. Hal ini memberikan potensi pasar yang luas, terutama dikalangan ibu rumah tangga, pekerja kantoran, dan mahasiswa yang membutuhkan layanan Laundry Sima Plekutik. Adapun hasil wawancara dengan Puji selaku karyawan Laundry Sima Plekutik mengenai padat nya penduduk, mengutarakan bahwa “menurut saya, lokasi laundry sima plekutik yang berada di tengah pemukiman padat penduduk memberi keuntungan tersendiri karena dekat dengan calon konsumen. Hal ini membuat laundry lebih mudah dikenal dan dijangkau, sehingga memiliki peluang untuk menarik lebih banyak pelanggan dan bersaing dengan usaha laundry lainnya di sekitar”.

Berdasarkan hasil wawancara dan observais peneliti, dapat disimpulkan bahwa Laundry Sima Plekutik memiliki peluang pengembangan usaha yang cukup besar. Lokasi usaha yang berada di tengah pemukiman padat penduduk menjadi potensi pasar yang terus berkembang, penambahan layanan jasa baru, dan menjalin kemitraan dengan pemilik kos atau instansi kecil dapat membuka kerja sama berkelanjutan yang mendukung pertumbuhan usaha. Dengan memanfaatkan peluang-peluang ini secara strategis, Laundry Sima Plekutik berpotensi untuk meningkatkan daya saing, memperluas konsumen, dan memperkuat posisinya sebagai usaha laundry yang unggul di wilayah sekitarnya.

d. *Threats (Ancaman)*

Ancaman merupakan faktor eksternal yang dapat menghambat atau mengurangi daya saing usaha apabila tidak diantisipasi dengan baik. Bagi Laundry Sima Plekutik, penting untuk diperhatikan ancaman yang dihadapi.

Ancaman yang dihadapi Laundry Sima Plekutik adalah persaingan usaha laundry yang semakin ketat. Bertumbuhnya usaha laundry lain di wilayah sekitar Tanjung Barat, terutama yang memiliki keunggulan dalam hal promosi digital,

lokasi strategis, atau layanan yang lebih bervariasi. Laundry Sima Plekutik memiliki 5 pesaing usaha yang sama yaitu laundry dan lokasi nya tidak terlalu jauh dari Laundry Sima Plekutik.

2. Bauran pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing pada Laundry Sima Plekutik di Tanjung Barat

Dalam meningkatkan daya saing, bauran pemasaran merupakan strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan untuk memasarkan produk atau jasa. Bauran disusun sebagai unsur yang bertujuan menciptakan keunggulan bersaing, bauran pemasaran berperan dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen secara efektif dan berkala. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) mencakup unsur *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), dan *Process* (Proses).

a. *Product* (Produk)

Produk menjadi unsur yang memberikan nilai guna dan kepuasan kepada konsumen sebagai objek yang ditawarkan. Laundry Sima Plekutik merupakan usaha yang melayani dalam bidang jasa laundry, seperti yang disampaikan oleh Siti Magfiroh selaku *owner* laundry mengatakan bahwa “layanan yang ditawarkan oleh Laundry Sima Plekutik meliputi jasa cuci dan setrika pakaian”.

Adapun hasil wawancara dengan Zazkia selaku karyawan laundry tentang jasa laundry yang paling diminati oleh konsumen mengatakan bahwa “layanan yang paling diminati oleh konsumen laundry adalah layanan setrika pakaian”.

b. *Price* (Harga)

Harga berfungsi sebagai nilai tukar atas produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Pada Laundry Sima Plekutik, harga layanan diterapkan dari wawancara dengan Siti Magfiroh selaku *owner* mengatakan bahwa “harga yang ditawarkan laundry sima plekutik. sangat terjangkau, mulai dari Rp 4.500,- per kilo untuk setrika saja dan Rp.7.000,- per kilo untuk layanan cuci gosok”.

Adapun menurut Ben Naufal selaku konsumen Laundry Sima Plekutik mengatakan bahwa “kalau dibandingkan dengan laundry lain di area sekitar, harga Laundry Sima Plekutik bisa dibilang murah. Biasanya laundry lain menetapkan harga lebih dari Rp. 8.000 per kilo untuk cuci setrika”.

c. *Place* (Tempat)

Tempat komponen paling penting dalam bauran pemasaran yang berkaitan dengan bagaimana produk atau jasa dapat tersedia dan mudah diakses oleh konsumen. Mengenai lokasi pada Laundry Sima Plekutik, Siti Magfiroh selaku *owner* mengatakan bahwa “menurut saya, lokasi laundry sima plekutik cukup strategis karena berada di tengah permukiman padat penduduk, yang memudahkan konsumen untuk mengakses layanan kami. Namun, aksesibilitas transportasi masih memiliki kendala karena jalan menuju lokasi berupa gang sempit yang tidak dapat dilalui kendaraan roda empat. Meskipun begitu, hal ini diimbangi dengan adanya layanan antar jemput yang kami sediakan untuk mengatasi keterbatasan akses tersebut”.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi pada bauran pemasaran upaya komunikasi yang dilakukan untuk memperkenalkan, menginformasikan, dan membujuk konsumen agar menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi yang dilakukan oleh Laundry Sima Plekutik dari hasil wawancara dengan Siti Magfiroh selaku *owner* mengatakan bahwa “laundry sima plekutik melakukan promosi melalui media sosial, khususnya *WhatsApp*, dengan cara menyebarkan informasi layanan dan penawaran kepada konsumen secara langsung melalui pesan pribadi maupun status *WhatsApp* dan sebagai daya tarik tambahan, Laundry ini juga menyediakan layanan antar jemput pakaian secara gratis bagi konsumen di sekitar lokasi usaha”.

e. *People* (Orang)

Orang pada bauran pemasaran merujuk pada sumber daya manusia yang terlibat dalam proses penyediaan produk atau jasa yang dilakukan oleh Laundry Sima Plekutik, dari hasil wawancara oleh Siti Magfiroh selaku *owner* mengatakan

bahwa “kriterianya bersikap jujur, disiplin, teliti dalam bekerja, memiliki tanggung jawab terhadap pekerjaan, kemampuan bekerja dalam tim, serta kemauan untuk belajar dan bekerja keras”.

Dalam melayani konsumen Laundry Sima Plekutik memiliki SOP yang harus diterpkan oleh karyawan, seperti yang dikatakan oleh Siti Magfiroh selaku *owner* laundry mengatakn bahwa “SOP yang diterapkan dalam melayani konsumen bersikap ramah dan sopan santun. Memberikan informasi yang jelas mengenai layanan, harga, estimasi pengerjaan, dan mendengarkan secara seksama setiap permintaan atau keluhan konsumen”.

f. *Process* (Proses)

Proses didalam bauran pemasaran merupakan seluruh aktivitas yang berkaitan dengan alur operasinal perusahaan. Penerapan proses pada Laundry Sima Plekutik berdasarkan hasil wawancara dengan Siti Magfiroh selaku *owner* laundry mengenai proses pelayanan yang dilakukan oleh Laundry Sima Plekutik mengatakan bahwa “proses pelayanan kepada konsumen di laundry sima plekutik dimulai dari penerimaan pakaian, baik secara langsung maupun melalui layanan antar jemput. Karyawan mencatat jumlah, jenis pakaian, serta permintaan khusus dari konsumen. Setelah penimbangan dan konfirmasi harga, pakaian dipisahkan sesuai jenis dan warna, lalu dicuci, dikeringkan, dan disetrika. Setelah itu, pakaian dikemas rapi dan dikembalikan kepada konsumen sesuai waktu yang disepakati. Proses ditutup dengan penyerahan pakaian, pembayaran, dan ucapan terima kasih sebagai bentuk pelayanan yang ramah dan professional”.

3. Peningkatan Daya Saing

Peningkatan daya saing pada Laundry Sima Plekutik berdasarkan hasil yang telah diuraikan peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat ancaman dan kelemahan yang dapat menghambat jalannya usaha dan mempengaruhi kemampuan Laundry Sima Plekutik dalam bersaing dengan usaha sejenis. Namun terdapat peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing, didukung oleh sejumlah kekuatan yang dapat dijadikan dasar dalam merumuskan strategi yang diimplemtasikan oleh Laundry Sima Plekutik.

Berikut adalah usaha laundry yang bersaing dengan Laundry Sima Plekutik dikawasan Tanjung Barat.

Tabel 7

Jumlah Laundry Tahun 2023-2024

Tahun	Nama Laundry
2023	Family Laundry
	Alvaro Laundry
2024	Lilac Laundry
	Many Laundry
	Jo Klin Laundry

Sumber: Penulis

Berdasarkan dari data table diatas, pada tahun 2023 Laundry Sima Plekutik memiliki 2 pesaing usaha laundry diwilayah sekitar Tanjung Barat. Pada tahun 2024, jumlah pesaing bertambah dengan hadirnya 3 usaha laundry baru yang mulai beroperasi. Hal ini menunjukan bahwa persaingan usaha laundry di wilayah Tanjung Barat, khususnya di sekitar lokasi laundry Sima Plekutik semakin ketat dengan meningkatnya jumlah usaha sejenis.

Berikut adalah table data jumlah konsumen tahun 2023 dan tahun 2024 pada Laundry Sima Plekutik:

Tabel 8

Jumlah Konsumen Laundry Sima Plekutik Tahun 2023-2024

No	Bulan	Tahun	
		2023	2024
1	Januari	755	855
2	Februari	730	851

3	Maret	759	870
4	April	887	899
5	Mei	902	904
6	Juni	751	865
7	Juli	761	873
8	Agustus	774	878
9	September	784	902
10	Oktober	799	898
11	November	804	894
12	Desember	892	921
Jumlah		9.598	10.610

Sumber: Laundry Sima Plekutik 2025

Berdasarkan data jumlah konsumen diatas, dapat diketahui bahwa strategi yang diterapkan oleh Laundry Sima Plekutik dalam meningkatkan daya saing telah memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan jumlah pelanggan. Pada tahun 2023, jumlah konsumen tercatat sebanyak 9.598 orang. Jumlah ini mengalami peningkatan pada tahun 2024 dengan penambahan sekitar 1.012 konsumen, sehingga total jumlah konsumen di tahun 2024 mencapai 10.610 orang. Kenaikan tersebut mencerminkan efektivitas strategi pemasaran dan pelayanan yang dijalankan, yang mampu menarik minat konsumen baru sekaligus mempertahankan loyalitas pelanggan lama.

Berikut adalah data jumlah pendapatan penjualan tahun 2023 dan 2024 sebagai berikut:

Tabel 9

Data Penjualan Tahun 2023

No	Bulan	Pendapatan Penjualan
1	Januari	Rp. 15. 855. 000
2	Februari	Rp. 15. 320. 000
3	Maret	Rp. 15. 940. 000
4	April	Rp. 18. 620. 000
5	Mei	Rp. 18. 950. 000
6	Juni	Rp. 15. 765. 000
7	Juli	Rp. 15. 980. 000
8	Agustus	Rp. 16. 250. 000
9	September	Rp. 16. 470. 000
10	Oktober	Rp. 16. 780. 000
11	November	Rp. 16. 890. 0000
12	Desember	Rp. 18. 720. 000
Total		Rp. 201. 540. 0000

Sumber: Laundry Sima Plekutik 2025

Tabel 10

Data Penjualan Tahun 2024

No	Bulan	Pendapatan Penjualan
1	Januari	Rp. 17. 955. 000
2	Februari	Rp. 17. 875. 000
3	Maret	Rp. 18. 265. 000
4	April	Rp. 18. 870. 000
5	Mei	Rp. 18. 995. 000
6	Juni	Rp. 18. 150. 000
7	Juli	Rp. 18. 320. 000
8	Agustus	Rp. 18. 440. 000
9	September	Rp. 18. 725. 000
10	Oktober	Rp. 18. 860. 000
11	November	Rp. 18. 780. 000
12	Desember	Rp. 18. 980. 000

Berdasarkan data pendapatan diatas, Laundry Sima Plekutik selama tahun 2023 dan 2024, dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan yang cukup signifikan. Pada tahun 2023, total pendapatan yang diperoleh sebesar Rp. 201. 540. 000, dengan puncak tertinggi terjadi pada bulan Mei, bertepatan pada momen Lebaran. Sementara itu, pada tahun 2024 total pendapatan meningkat menjadi sebesar Rp. 222. 215. 000. Data ini menunjukkan bahwa implementasi strategi pemasaran yang diterapkan berdasarkan Analisis SWOT dan Bauran Pemasaran berhasil.

Dengan ini menyatakan bahwa Bauran Pemasaran yang diterapkan berhasil diimplementasikan, karena Laundry Sima Plekutik telah menerapkan kualitas pelayanan, layanan antar jemput pakaian gratis, serta perluasan promosi melalui media sosial. Selain itu, konsistensi pelayanan yang profesional dan tepat waktu turut memberikan kontribusi terhadap meningkatnya kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Analisis SWOT dapat dijadikan sebagai dasar dalam merumuskan strategi yang diterapkan oleh Laundry Sima Plekutik, Strategi pemasaran yang dirancang berdasarkan analisis tersebut, termasuk penerapan bauran pemasaran memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan daya saing usaha. Dampak dari strategi terlihat dari peningkatan jumlah pendapatan yang dicapai oleh Laundry Sima Plekutik.

PENUTUP

Penerapan Analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing Laundry Sima Plekutik ditunjukkan melalui kekuatan pada aspek pelayanan, di mana pemilik dan karyawan menunjukkan sikap yang ramah, profesional, dan sigap dalam melayani pelanggan. Hal ini berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas konsumen. Kelemahan yang masih dihadapi adalah terbatasnya strategi promosi digital yang saat ini hanya mengandalkan *WhatsApp* dan spanduk. Sementara itu, peluang besar dimiliki karena wilayah Tanjung Barat merupakan kawasan padat penduduk, dan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan laundry praktis seiring kesibukan harian mereka. Ancaman yang dihadapi antara lain meningkatnya jumlah kompetitor di wilayah sekitar, yang dapat mengurangi pangsa pasar jika tidak diantisipasi dengan inovasi dan peningkatan kualitas layanan. Namun, melalui analisis SWOT, Laundry Sima Plekutik mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada untuk menghadapi tantangan serta mengatasi kelemahan melalui pengembangan strategi yang telah diterapkan maupun dengan merancang strategi baru yang mendukung keberlanjutan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinawati, P. (2018). Analisis bauran pemasaran destinasi pariwisata Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2), 11–17.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis pengaruh bauran pemasaran 7P terhadap kepuasan pelanggan pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 31–40.
- Hamidi, I. (2018). *Analisis strategi perusahaan Teguh Mahakarya Yogyakarta*. (n.d.)
- Hasanah, H. (2016). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *Jurnal A-Taqqaddum*, 8(1), 21–46.

- Hasibuan, Z. A. (2007). *Metodologi penelitian pada bidang ilmu komputer dan teknologi informasi*. Depok: Fasilkom Universitas Indonesia.
- Hidayatullah, S. (2021). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing pada SMA Nusantara Plus Ciputat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*, 4(3), 237–250.
- Husnullail, M., & R.J.M.A. (2024). Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam riset ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 70–78.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran digital sebagai strategi pemasaran: Conceptual paper. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98–102. <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>
- Mahfud, M. H. (2020). Metode penentuan faktor-faktor keberhasilan penting dalam analisis SWOT. *Agrisaintifika: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 3(2), 133. <https://doi.org/10.32585/ags.v3i2.546>
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode penelitian kualitatif (sistematika penelitian kualitatif)*. Bandung: Rosda Karya.
- Musyawah, I. Y. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk busana muslim pada Toko Rumah Jahit Akhwat (RJA) di Kabupaten Mamuju. *Journal of Economic, Management and Accounting*, 1(1), 49–59.
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi mix marketing (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence) 7P di PD. Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, 8(2), 119–127.
- Nurmansyah, I., & Gunawan, G. (2023). Tinjauan strategi pemasaran yang diterapkan di CV Amartya Catur Perkasa dalam meningkatkan jumlah penjualan. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, (6), 524–527. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i6.484>
- Pasigai. (2009). Pentingnya konsep dan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis. *Balance: Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan*, 1(1), 51–56.
- Rachmawati, A., & Susanti, E. D. (2022). Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing pada Apotek 325 Surabaya. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 6(1), 2598–9944. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i1.2707/http>
- Salatoen, M. R., Widowati, I., & Santosa, A. (2015). Analisis pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) terhadap volume penjualan jamu herbal (Studi kasus pada PT. Perusahaan Jamu Tradisional Dr. Sardjito). *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 16(2), 63–78.