STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA JASA LAUNDRY SEPATU DI KOTA PEKANBARU

Muhammad Fathoni[1)], Azwar Harahap[2)], Toti Indrawati[2)]
1) Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau
2) Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau
Email : mfxthoni10@gmail.com

Strategy For Developing A Shoe Laundry Service Business In The City Of Pekanbaru

ABSTRACT

The shoe laundry service business is a service needed by the community. This research aims to find out how the strategy for developing a shoe laundry service business in Pekanbaru City. Research location was carried out in all shoe laundry service businesses in Pekanbaru City with a total sample of 13 businesses. Types of data sources used are primary data and secondary data. The data analysis method used was SWOT analysis and formulated strategies with IFAS and EFAS matrix analysis. The result of this research is that the shoe laundry service business in the city of Pekanbaru is in quadrant 2 (Diversification). The strategy that needs to be applied is ST (strength-treaths), this strategy is made by using the strengths of the business to overcome treaths. In this result, the shoe laundry service business, although facing various threats, still has strength from an internal perspective. On the IFAS matrix (0.24) and on the EFAS matrix (-1.30). ST strategies that need to be implemented include: 1. Good sales ability will certainly have an impact on product specialization, 2. Having good service quality can overcome difficulties in determining market prices.

Keywords: Strategic, shoe laundry service business, SWOT

PENDAHULUAN

Pergeseran struktur perekonomian mengubah sistem mata pencaharian masyarakat berbasis pertanian (masyarakat agraris) menuju industri (masyarakat industri) mengakibatkan munculnya suatu pemikiran bahwa sektor perindustrian merupakan sektor yang berpotensial untuk menghasilkan nilai tambah terutama bagi banyak perindustrian. Nilai tambah tersebut dapat diperoleh dari banyak faktor antara lain dengan adanya variasi produk beraneka ragam dan berkualitas yang dirancang dan dihasilkan industri untuk menarik konsumen, teknologi modern yang digunakan untuk menghasilkan produk, serta kapital (modal) untuk menghasilkan profit yang sebesar – besarnya. Faktor pengembangan industri sangat ditentukan oleh kemampuan berwirausaha yang bersangkutan, motivasi, lingkungan kerja, penambahan modal dan pemberian intensif pada karyawan. Apabila seorang pengusaha mampu menyatukan 4 (empat) hal tersebut dalam satu kesatuan, maka dapat dikatakan usahanya akan dapat mengalami kemajuan dan perkembangan yang cukup pesat. Salah satu jenis usaha yang banyak diminati pada saat ini ialah usaha yang menyediakan jasa.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa jasa adalah aktivitas yang tidak memberikan kepemilikan tetapi menghasilkan kegiatan ekonomi dengan hasil keluaran yang tidak berwujud dan memberikan keuntungan bagi pelanggan sebagai akibat dari pertukaran yang diharapkan dan dalam proses produksinya melibatkan langsung pihak pelanggan.

Salah satu usaha jasa yang saat ini pertumbuhan bisnisnya sedang berkembang adalah usaha laundry. Pada

umumnya jasa laundry di masyarakat adalah laundry pakaian. Jasa laundry sepatu masih terbilang baru dibandingkan dengan jasa laundry lainnya. Hal ini dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat yang serba instan dengan ditunjang oleh makin baiknya tingkat pendapatan masyarakat yang membuat jenis usaha ini makin diminati oleh masyarakat perkotaan. Usaha pemeliharaan dan pencucian sepatu merupakan salah satu usaha jenis jasa dalam hal pencucian sepatu agar sepatu lebih terawat dan terlihat seperti baru, prosesnya dimana konsumen hanya menunggu beberapa hari untuk mendapatkan sepatu yang bersih dan seperti baru sesuai dengan keinginan konsumen. Tentunya, pemeliharaan dan pencucian sepatu ini menggunakan berbagai sikat sepatu dan juga sabun yang disesuaikan dengan jenis bahan dari masing-masing sepatu. Usaha pemeliharaan dan pencucian sepatu ini termasuk dalam golongan *heterogeinity* karena dalam proses produksi jasa membersihkan sepatu semua murni dilakukan oleh karyawan yang ada di tempat produksi jasa pembersihan sepatu tersebut.

Berdasarkan survey yang peneliti lakukan setidaknya terdapat 13 unit usaha laundry sepatu yang telah berdiri di Kota Pekanbaru. Berikut tabel jumlah usaha laundry sepatu yang telah ada di Kota Pekanbaru.

Tabel 1 Usaha Jasa Laundry Sepatu di Pekanbaru Tahun 2020

No	Nama Usaha	Tahun Usaha	Alamat
1	Foot Heaven	2014	Jl. Sumatera, Pekanbaru Kota
2	Dr.Sneakers	2015	Jl. Thamrin, Sail
3	Beater Care	2015	Jl. SM Amin, Tampan
4	MRBC	2016	Jl. Delima, Tampan
5	Savatoo Shoes & Bag Cleaning	2016	Jl. Umban Sari, Rumbai
6	Ring Shoes Care	2016	Jl. Tuanku Tambusai, Sukajadi
7	Dr.Sepatuku	2017	Jl. Tuanku Tambusai, Sukajadi
8	Khan's Shoe Care	2017	Jl. Air Dingin, Bukit Raya
9	Shoe Care Point	2018	Jl. Ampi, Bukit Raya
10	Schulogy Shoes Treatment	2018	Jl. Kapling, Bukit Raya
11	Shoes and Care	2019	Jl. Ronggo Warsito, Sail
12	Sepatcu.id	2019	Jl. Limbungan, Rumbai Pesisir
13	MozDeo	2019	Jl.Dr.Sutomo, Limapuluh Kota

Sumber : *Data Olahan (2020)*

Berdasarkan Tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah usaha laundry sepatu di Kota Pekanbaru pada tahun 2014 berjumlah 1 unit usaha, pada tahun 2015 bertambah 2 unit usaha dan total berjalan 3 unit usaha, pada tahun 2016 bertambah 3 unit usaha dan total berjalan 6 unit usaha, pada tahun 2017 bertambah 2 unit usaha dan total berjalan 8 unit usaha, pada tahun 2018 bertambah 2 unit usaha dan total berjalan 10 unit usaha, pada tahun 2019 bertambah kembali 3 unit usaha, sehingga total usaha laundry sepatu yang berjalan di Kota Pekanbaru berjumlah 13 unit usaha.

Dari hasil pra survey ditemukan 5 unit usaha jasa laundry yang mengalami kebangkrutan (gulung tikar), setelah ditelusuri lebih lanjut alasan terjadi kebangkrutan tidak dapat dipastikan dikarenakan setelah usaha tersebut tutup, pemilik usaha langsung meninggalkan usahanya sehingga informasi terkait kegagalan usaha sulit didapatkan. Berdasarkan hal yang terjadi dilapangan tersebut, dapat dikatakan pemilik usaha belum mengerti sepenuhnya terkait potensi usaha tersebut dan bagaimana strategi pengembangan usaha laundry sepatu yang tepat. Untuk mengetahui persoalan yang menjadi hambatan bagi pemilik usaha jasa laundry sepatu, terlebih dahulu penulis melakukan pra survey dibeberapa usaha laundry sepatu di Kota Pekanbaru dengan cara melakukan wawancara kepada pemilik usaha jasa laundry sepatu untuk memperoleh gambaran umum situasi yang dihadapi oleh pemilik usaha. Setelah penulis melakukan wawancara kepada pemilik jasa laundry sepatu, ada beberapa kendala yang dihadapi oleh pemilik usaha jasa laundry yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat tentang jasa laundry sepatu dikarenakan usaha ini masih terbilang baru. Serta informasi mengenai laundry sepatu masih dapat dikatakan minim diketahui oleh masyarakat luas khususnya di Kota Pekanbaru dan juga berbagai permintaan

konsumen yang menginginkan kondisi sepatu miliknya yang dibawah 50% tetapi berekspetasi ingin hasil sepatu setelah dicuci seperti baru lagi, karena ada beberapa jenis bahan sepatu yang susah untuk dibersihkan dikarenakan noda yang dibiarkan lama menjadikan warna pada sepatu tidak bisa dibersihkan keseluruhan.

Selain itu juga ditambahnya masalah pandemi COVID-19 belakangan ini yang mempengaruhi perekonomian, dampaknya sungguh terasa bagi pemilik usaha jasa laundry sepatu yang dimana adanya beberapa aturan dari pemerintah terkait pencegahan pandemi agar tidak menyebar luas, sehingga membatasi bagi konsumen yang ingin menggunakan jasa laundry sepatu ini. Dengan bermunculan nya usaha jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru maka menimbulkan persaingan yang ketat dalam menarik perhatian konsumen, diperlukan strategi untuk dapat bersaing dan dapat berkembang agar dikenal luas oleh masyarakat di Kota Pekanbaru.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis mencoba mengambil rumusan masalah yaitu bagaimana strategi pengembangan usaha jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru agar dapat berkembang.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan yang dilakukan usaha jasa laundry sepatu untuk dapat berkembang di Kota Pekanbaru

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Jasa

Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014) "Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak"

Selanjutnya, Zethaml dan Bitner dalam Lupioyadi (2014) memberikan batasan tentang jasa sebagai berikut "Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) konsumen."

Strategi Pengembangan Usaha

Strategi adalah menentukan kerangka kerja dari aktivitas bisnis perusahaan dan memberikan pedoman untuk mengkoordinasi aktivitas, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan dan mempengaruhi lingkungan yang selalu berubah. Strategi mengatakan dengan jelas lingkungan yang diinginkan oleh perusahaan dan jenis organisasi seperti apa yang hendak dijalankan (Kuncoro, 2005).

Strategi pengembangan usaha merupakan upaya dalam mangantisipasi masalah-masalah yang timbul dan dapat memberikan arah kegiatan operasional dalam pelaksanaan kegiatan industri. Dalam strategi pengembangan usaha kecil harus ada strategi yang tepat, yang meliputi aspek-aspek sebagai berikut (Pambudy, 2009) :

a. Peningkatan akses kepada aset produktif, terutama modal, di samping juga teknologi, manajemen, dan segi-segi lainya yang penting.
b. Peningkatan akses pada pasar, yang meliputi suatu spektrum kegiatan yang luas, mulai dari pencadangan usaha, sampai pada informasi pasar, bantuan produksi, dan prasarana serta sarana pemasaran.
c. Kewirausahaan, dalam hal ini pelatihan-pelatihan mengenai

pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berusaha teramat penting.

d. Kelembagaan ekonomi dalam arti luas adalah pasar. Memperkuat pasar adalah penting, tetapi hal itu harus disertai dengan pengendalian agar bekerjanya pasar tidak melenceng dan mengakibatkan melebarnya kesenjangan.

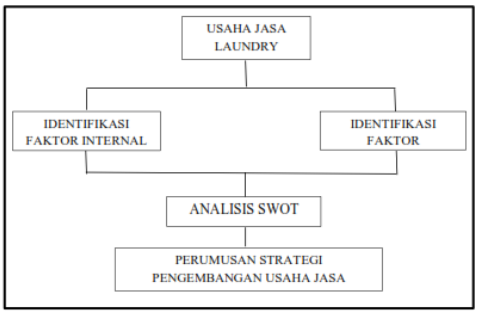
e. Kemitraan usaha merupakan jalur yang penting dan strategis bagi pengembangan usaha ekonomi rakyat.

Strategi bisnis berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk mendapatkan keunggulan persaingan di dalam setiap bisnis utamanya. Sebagaimana diketahui bahwa strategi memberikan stabilitas arah dan orientasi yang konsisten dengan memungkinkan fleksibilitas untuk beradaptasi dengan lingkungannya.

Kerangka Pemikiran

Analisis SWOT *(Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats)* biasa digunakan untuk mengevaluasi lingkungan eksternal perusahaan berupa peluang *(opportunities)* dan ancaman *(threats)* maupun lingkungan internal perusahaan berupa kekuatan *(strength)* dan kelemahan *(weaknesses)*. Matriks SWOT digunakan untuk memudahkan dalam melaksanakan analisis SWOT dan merumuskan strategi yang tepat untuk pengembangan usaha.

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Sumber : *Penelitian Terdahulu*

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Kota Pekanbaru, mengingat Kota Pekanbaru sebagai ibukota Provinsi Riau dan sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat disegala bidang. Salah satunya usaha jasa laundry sepatu. Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2020.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha pemeliharaan dan pencucian sepatu di Kota Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini merupakan seluruh populasi dan diteliti dengan metode sensus, karena jumlah unit usaha laundry sepatu yang ada di Kota Pekanbaru berjumlah 13 unit usaha.

Jenis Dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian seperti modal, bahan baku, tenaga kerja, pemasaran produk dan jasa, persaingan dengan usaha jasa laundry lainnya, dan jumlah produksi maupun penggunaan jasa perawatan sepatu.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang berasal dari instansi atau dinas-dinas yang terkait langsung atau tidak langsung dalam penelitian ini, yaitu Badan Pusat Statistik (BPS). Data sekunder diperlukan untuk memperkuat dan mendukung penelitiaan, yakni berupa hasil-hasil penelitiaan atau studi lainya yang berhubungan dengan usaha jasa laundry sepatu yang ada di Kota

Pekanbaru.

Defenisi Operasional Variabel

Adapun yang menjadi variabel internal dan eksternal pada strategi pengembangan usaha jasa laundry sepatu adalah sebagai berikut :

a. Variabel Internal
    1. Bahan Baku, adalah bahan yang digunakan dalam perawatan dan pencucian sepatu seperti sabun, sikat, parfurm sepatu, pewarna bahan, plastik.
    2. Keuangan, dalam usaha keuangan adalah segala kegiatan atau aktivitas usaha jasa laundry sepatu dengan bagaimana cara memperoleh pendanaan modal usaha, mengalokasikan dana usaha dan mengelolah aset.
    3. Produksi, Produksi merupakan kegiatan menghasilkan barang maupun jasa atau kegiatan menambah nilai suatu barang, dalam usaha jasa laundry tentu memiliki jasa yang baik akan sangat menentukan dalam penilaian konsumen terhadap jasa laundry sepatu yang ada.
    4. Tenaga Kerja, adalah setiap orang (jiwa) yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang maupun jasa. Tenaga kerja yang ada di usaha laundry sepatu tentunya paham dengan jenis dan bahan sepatu yang akan dibersihkan.
    5. Pemasaran, adalah aktivitas, proses menciptakan, mengomunikasikan, dan mempertukar tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat.
b. Variabel Eksternal
    1. Konsumen, adalah orang yang menjadi pembeli atau pemakai produk maupun jasa yang telah dibuat dan dikerjakan oleh sebuah usaha. Dengan memperhitungkan minat konsumen terhadap jasa perawatan sepatu tentu dapat dilihat bagaimana perkembangan usaha jasa laundry sepatu kedepannya.
    2. Sosial Budaya dan Lingkungan, adalah lingkungan masyarakat dan berbagai sistem norma di sekitar individu dan kelompok yang mempengaruhi tingkah laku dan interaksi dalam nilai budaya, adat istiadat, dan cara hidup masyarakat. Dalam hal ini usaha laundry sepatu harus dapat memperhitungkan bagaimana minat masyarakat terhadap sepatu dan perawatannya.
    3. Pesaing, adalah perusahaan yang menghasilkan barang maupun jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan.
    4. Teknologi, merupakan suatu media dalam pengembangan suatu usaha yang berupa mesin. Dalam usaha laundry sepatu perkembangan teknologi tentu akan sangat membantu dalam proses pengerjaan pencucian maupun pengecatan pada sepatu.

Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT, dimana analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*) seperti kemampuan penjualan, ketersediaan alat kerja, modal, dan kualitas jasa. Kelemahan (*weakness*) seperti kemampuan manajemen, biaya penjualan, kemampuan memasarkan jasa, dan jumlah tenaga kerja. Peluang (*opportunities*) seperti pasar yang terbuka keluar daerah, pinjaman dana, permintaan terhadap produk maupun jasa, dan dukungan pemerintah. Ancaman (*threats*) seperti alat produksi, persaingan dengan jasa sejenis, menentukan harga pasar, dan faktor

pembeda, proses ini melibatkan penentuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengindentifikasikan faktor internal dan faktor eksternal. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara memilih cara berbagai hal yang dapat mempengaruhi keempat faktornya.

Berikut langkah-langkah untuk melakukan analisis SWOT usaha jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru:

1. Identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal

Identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal ini diperoleh dengan memanfaatkan seluruh hasil analisis. Selanjutnya informasi yang diperoleh diklasifikasikan melalui matriks IFAS (*Internal Strategy Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Strategy Factors Analysis Summary*) sebagai berikut.

Tabel 2 Matriks *Internal Strategy Factors Analysis Summary*

Faktor-Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Bobot X Rating	aian
Kekuatan (*Strenght*)					
1.	A	X	Y	XY	
2.	B	X	Y	XY	
3.	C	X	Y	XY	
Kelemahan (*Weakness*)					
1.	A	X	Y	XY	
2.	B	X	Y	XY	
3.	C	X	Y	XY	
Jumlah		1,00		∑{a+b+c(XY)}	

Sumber: *Rangkuti, 2015*

Tabel 3 Matriks *Eksternal Strategy Factors Analysis Summary*

Faktor-Faktor Strategi Eksternal		Bobot	Rating	Bobot X Rating	Uraian
Peluang (*Opportunity*)					
1.	A	X	Y	XY	
2.	B	X	Y	XY	
3.	C	X	Y	XY	
Ancaman (*Threats*)					
1.	A	X	Y	XY	
2.	B	X	Y	XY	
3.	C	X	Y	XY	
Jumlah		1,00		∑{a+b+c(XY)}	

Sumber: *Rangkuti, 2015*

Keterangan:

Pemberian bobot masing-masing skala mulai 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (paling tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap usaha. Jumlah semua bobot harus sama dengan 1,00. Penentuan rating dilakukan oleh responden dengan cara mengisi kuesioner yang sudah disediakan oleh peneliti. Pemberian rating untuk faktor kekuatan dan peluang bersifat positif (kekuatan dan peluang yang semakin besar diberi rating 4 tapi jika kekuatan dan peluang yang kecil diberi rating 1). Sedangkan pemberian rating kelemahan dan ancaman adalah kebalikannya, yaitu jika kelemahan dan ancaman sangat besar ratingnya adalah 1 dan jika kelemahan dan ancaman sedikit maka ratingnya 4. Selanjutnya mengalikan setiap bobot dengan peringkat pada setiap indikatornya dan semua hasil kali tersebut dijumlahkan secara vertikal untuk mendapatkan total skor pembobotan. Total skor pembobotan pada matriks IFAS dan matriks EFAS akan berkisar antara 1,0-4,0 dengan rata-rata 2,5.

2. Tahap analisis dan alternatif strategi

Setelah mengumpulkan informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan usaha jasa laundry sepatu tahap selanjutnya adalah memanfaatkan informasi tersebut ke dalam rumusan strategi. Dalam penelitian ini, tahap perumusan strategi menggunakan matriks internal eksternal (IE), matriks SWOT dan kemudian dilanjutkan dengan diagram analisis SWOT.

Matriks IE dapat mengidentifikasi 4 sel strategi usaha. Untuk mengetahui dimana letak dan kondisi industri tersebut maka dibutuhkan total skor matriks IFAS dan matriks EFAS dengan cara dimasukkan kedalam matriks IE sebagai berikut.

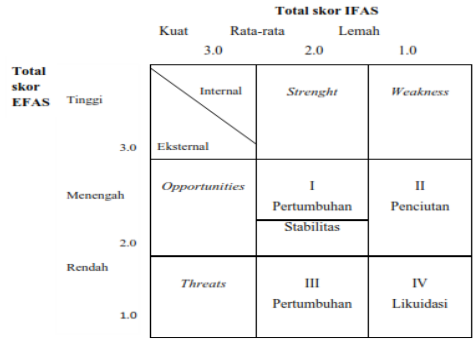
Keterangan:

I : Strategi konsentrasi melalui integrasi horisontal atau stabilitas (tidak ada perubahan dalam pendapatan).

II : Strategi divestasi

III : Strategi diversifikasi konsentrik
IV : Strategi likuiditas (tidak berkembang)

Gambar 2 Matriks IE



Sumber: *Rangkuti, 2015*

Matriks SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi, dengan memaksimalkan kekuatan (*strenght*) dan peluang (*opportunities*), dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman (Rangkuti, 2015).

Tabel 4 Matriks SWOT

Eksternal	Strengths (S) Daftar kekuatan internal	Weakness (W) Daftar kelemahan internal
Opportunities (O) Daftar peluang eksternal	Kekuatan yang ada digunakan untuk mengisi peluang yang tersedia (SO)	Memanfaatkan peluang yang ada dengan menanggulangi kelemahannya (WO)
Threats (T) Daftar ancaman eksternal	Kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang dihadapi (ST)	Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman (WT)

Sumber: *Rangkuti, 2015*

Keterangan :

Kekuatan *(Strengths)* yaitu faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan termasuk satuan bisnis di dalamnya adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran.. Kelemahan *(Weakness)* yaitu keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.

Peluang *(Opportunity)* yaitu berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis. Ancaman *(Threats* yaitu faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis.

a. Strategi SO *(Comparative Advantage)*

Apabila didalam kajian terlihat peluang- peluang yang tersedia ternyata juga memiliki posisi internal yang kuat, maka sektor tersebut juga memiliki posisi internal yang kuat, maka sektor tersebut dianggap memiliki keunggulan komparatif. Dua elemen eksternal dan internal yang baik ini tidak boleh dilepaskan begitu saja, tetapi akan menjadi isu utama pemberdayaan meskipun demikian proses pengkajiannya tidak boleh dilupakan adanya berbagai kendala dan ancaman perubahan. Kondisi lingkungan yang terdapat di sekitarnya untuk digunakan sebagai usaha dalam mempertahankan keunggulan komparatif tersebut. (Strategi SO : menggunakan kekuatan memanfaatkan peluang).

b. Strategi ST *(Mobilization)*

Kotak ini merupakan kajian yang mempertemukan interaksi antara ancaman atau tantangan dari luar yang diidentifikasikan untuk memperlunak ancaman atau tantangan tersebut, dan sedapat mungkin merubahnya menjadi sebuah peluang bagi pemberdayaan selanjutnya. (Strategi ST : menggunakan kekuatan untuk mengusir hambatan).

c. Strategi WO *(Investment Divestment)*

Kotak ini merupakan kajian yang menuntut adanya kepastian dari berbagai

peluang dan kekurangan yang ada. Peluang yang besar disini akan dihadapi oleh kurangnya kemampuan sektor untuk mengungkapnya. Pertumbuhan harus dilakukan dengan hati-hati untuk memilih dan untuk menerima peluang tersebut, khususnya dikaitkan dengan potensi kawasan. (Strategi WO : menggunakan peluang untuk menghindari kelemahan).

d. Strategi WT *(Demage Control)*

Merupakan tempat untuk menggali berbagai kelemahan yang akan dihadapi oleh sektor dalam perkembangannya. Hal ini dapat dilihat dari pertemuan antara ancaman dan tantangan dari luar dengan kelemahan yang terdapat didalam kawasan. Strategi yang harus ditempuh adalah mengambil keputusan mengendalikan kerugian.

HASIL PENELITIAN

Faktor Internal

Dari hasil pengamatan di lapangan tentang keadaan usaha jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru, maka dapat ditentukan faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan pada usaha jasa laundry sepatu yang menjadi unsur – unsur SWOT sebagai berikut:

A. Kekuatan
   1. Memiliki kemampuan penjualan yang baik.
   2. Memiliki ketersediaan alat kerja yang baik.
   3. Memiliki modal yang cukup.
   4. Memiliki kualitas jasa yang baik.

B. Kelemahan
   1. Kemampuan manajemen yang belum baik.
   2. Besarnya biaya penjualan
   3. Kemampuan untuk memasarkan jasa.
   4. Kurangnya sumber daya manusia.

Setelah faktor – faktor internal teridentifikasi berdasarkan hasil observasi, wawancara dan kuesioner dari responden kemudian di lakukan penyusunan matriks IFAS untuk merumuskan faktor – faktor strategi internal pada tabel dibawah :

Tabel 5 Matriks Internal Factor Strategy (IFAS) Jasa Laundry Sepatu di Kota Pekanbaru

INDIKATOR KEKUATAN	BOBOT	RATING	BOBOT x RATING
Kemampuan penjualan	0,14	3	0,42
Ketersediaan alat kerja	0,14	3	0,42
Ketersediaan modal	0,12	3	0,36
Kualitas jasa	0,14	3	0,42
TOTAL	**0,54**	**12**	**1,62**
INDIKATOR KELEMAHAN	**BOBOT**	**RATING**	**BOBOT x RATING**
Kemampuan manajemen	0,12	3	0,36
Besarnya biaya penjualan	0,10	3	0,30
Kemampuan pemasaran	0,13	3	0,39
Jumlah SDM	0,11	3	0,33
TOTAL	**0,46**	**12**	**1,38**

Sumber : *Data Olahan, 2020*

Dari tabel matrik IFAS diatas dapat dilihat bahwa skor faktor kekuatan (strength) adalah 1,62 dan skor faktor kelemahan (weakness) adalah 1,38 dengan selisih 0,24. Skor tertinggi yang menjadi kekuatan pada jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru adalah 0,42 yaitu memiliki kemampuan penjualan, ketersediaan alat kerja yang cukup, dan kualitas jasa yang baik. Kemudian yang menjadi skor tertinggi yang menjadi kelemahan jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru adalah 0,39 yaitu kemampuan pemasaran.

Faktor Eksternal

Dari hasil pengamatan di lapangan tentang keadaan jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru maka dapat ditentukan faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman pada jasa laundry sepatu yang menjadi unsur – unsur SWOT sebagai berikut:

A. Peluang
   1. Pasar yang terbuka hingga keluar daerah.
   2. Pinjaman dari bank untuk modal usaha yang cukup.
   3. Permintaan konsumen yang tinggi.

4. Adanya dukungan dari pemerintah.

B. Ancaman
   1. Bahan baku yang susah didapatkan.
   2. Persaingan dengan jasa laundry sepatu lainnya.
   3. Sulit menentukan harga pasar.
   4. Belum adanya faktor pembeda terkait spesialisasi produk.

Setelah faktor – faktor strategi eksternal teridentifikasi berdasarkan hasil observasi, wawancara dan kuesioner dari responden kemudian di lakukan penyusunan matriks EFAS untuk merumuskan faktor – faktor strategi eksternal pada tabel dibawah.

Tabel 6 Matriks Eksternal Factor Strategy (EFAS) Jasa Laundry Sepatu di Kota Pekanbaru

INDIKATOR PELUANG	BOBOT	RATING	BOBOT x RATING
Pasar yang terbuka hingga keluar daerah	0,02	1	0,02
Pinjaman dari bank untuk modal usaha	0,00	1	0,00
Permintaan yang tinggi	0,17	3	0,52
Dukungan pemerintah	0,12	2	0,23
TOTAL	**0,31**	**7**	**0,77**
INDIKATOR ANCAMAN	**BOBOT**	**RATING**	**BOBOT x RATING**
Bahan baku yang langka	0,20	3	0,60
Persaingan dengan jasa laundry sepatu lainnya	0,18	3	0,54
Sulit menentukan harga pasar	0,15	3	0,45
Belum adanya faktor pembeda	0,16	3	0,48
TOTAL	**0,69**	**12**	**2,07**

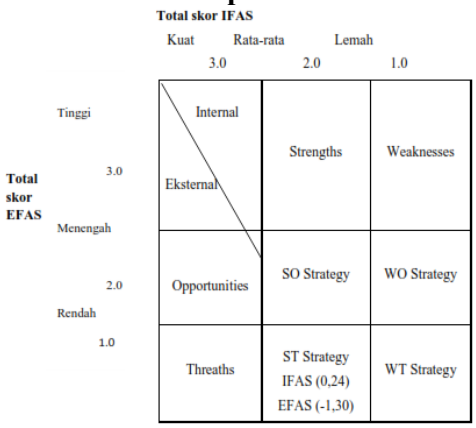
Sumber : *Data Olahan, 2020*

Dari tabel matrik EFAS diatas dapat dilihat bahwa skor faktor peluang (opportunities) adalah 0,77 dan skor faktor ancaman (threats) adalah 2,07 dengan selisih -1,30. Skor tertinggi yang menjadi peluang pada jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru adalah 0,52 yaitu permintaan yang tinggi terhadap jasa laundry sepatu. Kemudian yang menjadi skor tertinggi yang menjadi ancaman jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru adalah 0,60 yaitu bahan baku yang langka.

Matriks IE

Berdasarkan hasil analisis matriks IE yang disusun dengan cara memplotkan total skor dari matriks IFAS (0,24) pada sumbu-x dan EFAS (-1,30) pada sumbu-y didapatkan posisi jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru, berikut ini dapat dilihat nilai Matriks IE:

Gambar 3 Matriks IE Jasa Laundry Sepatu



Sumber: *Data Olahan, 2020*

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa Matriks IE berada pada kolom S-T strategy, hal tersebut karena pertemuan antara IFAS dan EFAS berada pada *strengths* (kekuatan) dan *threaths* (ancaman). Dimana dari situ dapat dirujuk strategi yang digunakan S-T strategy yaitu strategi yang disusun dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki usaha untuk mengatasi ancaman.

Matriks SWOT

Analisis matriks SWOT merupakan tahap pencocokan untuk menghasilkan alternatif strategi yang cocok dilakukan perusahaan, dengan melibatkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang sudah ditetapkan menggunakan matrik IFAS dan EFAS. Strategi yang dihasilkan merupakan pencocokan atau penggabungan dari faktor kekuatan

dengan faktor peluang (S-O), faktor kelemahan dengan faktor peluang (W-O), faktor kekuatan dengan faktor ancaman (S-T), faktor kelemahan dengan faktor ancaman (W-T).

Tabel 7 Analisis Matriks SWOT

IFAS / EFAS	Strenghts (S) 1. Kemampuan penjualan yang baik 2. Ketersediaan alat kerja 3. Modal yang cukup 4. Memiliki kualitas jasa yang baik	Weakness (W) 1. Kemampuan manajemen yang belum baik 2. Besarnya biaya penjualan 3. Kemampuan memasarkan jasa 4. Kurangnya SDM
Opportunities (O) 1.Pasar yang terbuka hingga keluar daerah. 2.Pinjaman dari bank untuk modal usaha yang cukup. 3.Permintaan konsumen yang tinggi. 4.Adanya dukungan dari pemerintah.	**Strategi SO** 1. Kemampuan penjualan yang baik diiringi dengan pasar yang terbuka hingga keluar daerah. 2. Dengan kualitas jasa yang baik dan adanya permintaan konsumen yang tinggi akan meningkatkan penjualan.	**Strategi WO** 1. Melakukan inovasi terhadap produk untuk meningkatkan kualitas jasa yang dipasarkan. 2. Memanfaatkan SDM yang ada untuk mengatasi permintaan konsumen yang tinggi.
hreats (T) 1.Bahan baku yang susah didapatkan. 2.Persaingan dengan jasa laundry sepatu lainnya. 3.Sulit menentukan harga pasar. 4.Belum adanya faktor pembeda terkait spesialisasi produk.	**Strategi ST** 1. Kemampuan penjualan yang baik tentu akan berdampak pada spesialisasi produk. 2. Memiliki kualitas jasa yang baik bisa mengatasi kesulitan menentukan harga pasar.	**Strategi WT** 1. Meningkatkan kemampuan manajemen yang baik hingga dapat bersaing dengan usaha jasa laundry sepatu lainnya. 2. Meminimalisir biaya penjualan sehingga tidak sulit untuk menentukan harga pasar.

Sumber:*Data Olahan, 2020*

Berdasarkan analisis matriks SWOT menggunakan data yang telah diperoleh dari matriks IFAS dan EFAS maka ada empat strategi utama yang disarankan yaitu strategi SO (*strength and opportunities*), WO (*weakness and opportunities*), ST (*strenght and threats*) dan WT (*weakness and threats*). Berdasarkan tabel 5.13 ada beberapa strategi pengembangan pada usaha jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru, yaitu:

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan penggunaan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Berikut ini merupakan alternatif strategi yang dapat ditawarkan adalah:

1 Kemampuan penjualan yang baik diiringi dengan pasar yang terbuka hingga keluar daerah.
2 Dengan kualitas jasa yang baik dan adanya permintaan konsumen yang tinggi akan meningkatkan penjualan.

2. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Berikut ini merupakan alternatif strategi yang dapat ditawarkan adalah:

1 Melakukan inovasi terhadap produk untuk meningkatkan kualitas jasa yang dipasarkan.
2 Memanfaatkan SDM yang ada untuk mengatasi permintaan konsumen yang tinggi.

3. Strategi ST

Strategi ini dibuat dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Berikut ini merupakan alternatif strategi yang dapat ditawarkan adalah:

1 Kemampuan penjualan yang baik tentu akan berdampak pada spesialisasi produk.
2 Memiliki kualitas jasa yang baik bisa mengatasi kesulitan menentukan harga pasar.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat *devensif* dan berusaha dan meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Berikut ini merupakan alternatif strategi yang dapat ditawarkan adalah:

1 Meningkatkan kemampuan manajemen yang baik hingga dapat bersaing dengan usaha jasa laundry sepatu lainnya.
2 Meminimalisir biaya penjualan sehingga tidak sulit untuk menentukan harga pasar.

Diagram Kuadran SWOT

Diagram kuadran SWOT digunakan untuk menentukan posisi jasa yang terlihat pada titik (x;y), sehingga didapatkan strategi yang utama dan tepat untuk diterapkan pada usaha jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru. Untuk menentukan posisi usaha jasa laundry sepatu dapat menggunakan hasil dari matriks IFAS dan matriks EFAS, yaitu sebagai berikut:

Koordinat analisis internal:

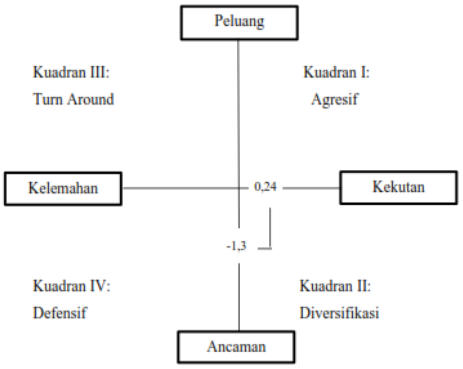
Kekuatan – kelemahan: 1,62 – 1,38 = 0,24

Koordinat analisis eksternal:

Peluang – ancaman: 0,77 – 2,07 = -1,30

Dari perhitungan di atas dapat dilihat bahwasanya faktor kekuatan lebih besar dari pada faktor kelemahan dan pengaruh faktor ancaman lebih besar dari pada faktor peluang, sehingga jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru berada pada Kuadran II yang berarti pada posisi diversifikasi.

Gambar 5.2. Diagram Kuadran SWOT



Dari gambar diagram analisis SWOT menunjukan bagaimana jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru mempunyai strategi dalam menghadapi berbagai permasalahan dalam lingkungan internal ataupun eksternal mengatasi permasalahan perbedaan penguasaan pangsa pasar antar pelaku usaha jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru. Strategi ini berada pada kuadran II, meskipun menghadapi berbagai ancaman, usaha ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah strategi diversifikasi yaitu dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

PEMBAHASAN

Hasil analisis IFAS diketahui bahwa kekuatan utama bagi usaha jasa laundry sepatu adalah kemampuan penjualan, ketersedian alat kerja, dan kualitas jasa yang baik dengan skor sebesar 0,42. Pada bobot dan rating rata-rata faktor internal tersebut memiliki bobot dan rating rata-rata tertinggi untuk indikator kekuatan yang artinya responden menganggap bahwa faktor tersebut merupakan kekuatan yang paling penting dibandingkan faktor kekuatan yang lain.

Pada indikator kelemahan skor tertinggi adalah 0,39 yaitu kemampuan memasarkan jasa. Hal ini berarti bahwa responden menganggap faktor tersebut

merupakan kelemahan yang paling penting dibandingkan kelemahan yang lainnya. Faktor internal indikator kelemahan selanjutnya yaitu kemampuan manajemen dengan skor yaitu 0,36 selanjutnya kelemahan jasa laundry sepatu yaitu kurangnya jumlah SDM dengan skor 0,33. Kemudian diikuti dengan besarnya biaya penjualan dengan skor 0,30.

Sedangkan berdasarkan hasil analisis EFAS diketahui bahwa peluang utama bagi usaha jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru adalah permintaan yang tinggi dengan skor 0,52. Pada bobot dan rating rata-rata faktor eksternal tersebut memiliki bobot dan rating rata-rata tertinggi untuk indikator peluang yang artinya responden menganggap bahwa faktor tersebut merupakan peluang yang paling penting dibandingkan faktor peluang yang lain. Faktor eksternal indikator peluang yang penting selanjutnya yaitu dengan dukungan pemerintah dengan skor 0,23. Kemudian disusul dengan skor 0,02 yaitu pasar yang terbuka hingga keluar daerah. Dan yang terakhir peminjaman modal dari bank dengan skor 0,00.

Pada indikator ancaman skor tertinggi adalah 0,60 yaitu bahan baku yang langka untuk didapat. Hal ini berarti bahwa responden menganggap faktor tersebut merupakan ancaman yang paling penting dibandingkan indikator ancaman yang lainnya. Faktor eksternal indikator ancaman selanjutnya yaitu persaingan dengan jasa laundry sepatu lainnya dengan skor 0,54 dan di ikuti belum adanya faktor pembeda dengan skor 0,48. Kemudian disusul dengan sulitnya menentukan harga pasar dengan skor 0,00

Matriks IE berada pada kolom S-T strategy, hal tersebut karena pertemuan antara IFAS dan EFAS berada pada *strengths* (kekuatan) dan *treaths* (ancaman). Dimana dari situ dapat dirujuk strategi yang digunakan yaitu S-T strategy yaitu meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar). Berikut ini merupakan alternatif strategi yang dapat ditawarkan adalah: 1) Meningkatkan kemampuan manajemen yang baik hingga dapat bersaing dengan usaha jasa laundry sepatu lainnya. 2) Meminimalisir biaya penjualan sehingga tidak sulit untuk menentukan harga pasar.

Usaha jasa laundry sepatu merupakan salah satu usaha yang tetap dan memiliki pasarnya tersendiri, hal tersebut didukung oleh banyak permintaan konsumen terhadap jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru. Hal tersebut merupakan salah satu faktor pendorong usaha jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru untuk dapat berkembang mengingat target pemasaran nya untuk saat ini tidak lagi kepada para kaulah muda, tetapi sudah masuk ke semua umur. Kondisi sosial masyarakat saat ini yang menginginkan segala sesuatu nya menjadi praktis juga mendorong berkembang nya usaha jasa laundry sepatu ini, dan juga dalam penanganan sepatu untuk saat ini berbeda-beda di setiap jenis nya sesuai dengan bahan sepatu itu sendiri. Hal ini lah yang menyebabkan masyarakat banyak menggunakan jasa laundry sepatu, selain praktis tentunya hasilnya juga memuaskan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Yang menjadi kekuatan dalam usaha jasa laundry sepatu adalah kemampuan penjualan, ketersediaan alat kerja dan kualitas jasa yang

baik. Sedangkan yang menjadi kelemahan adalah kemampuan pemasaran produk maupun jasa. Adapun yang menjadi peluang adalah permintaan yang tinggi terhadap jasa laundry sepatu. Sedangkan yang menjadi ancaman adalah bahan baku yang langka untuk didapatkan.

Strategi yang perlu di terapkan berupa ST (strength-treaths) berupa:

A Kemampuan penjualan yang baik tentu akan berdampak pada spesialisasi produk.

B Memiliki kualitas jasa yang baik bisa mengatasi kesulitan menentukan harga pasar.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat ditarik saran dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Pemilik usaha jasa laundry sepatu dapat menerapkan strategi berdasarkan hasil penelitian dalam rangka pengembangan usaha nya, yang mana untuk di Kota Pekanbaru strategi diversifikasi merupakan strategi yang tepat. Dan tentunya juga harus memberikan inovasi baru ataupun memberikan pemahaman akan produk yang dijual nya sehingga jasa laundry sepatu dapat dikenal luas.
2. Meskipun pemilik usaha jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru skeptis akan peran pemerintah dalam rangka pengembangan usaha nya bukan berarti campur tangan pemerintah tidak diperlukan dalam pengembangan jenis usaha ini, pemerintah dapat mengeluarkan kebijakan berupa bantuan modal ataupun mempermudah dalam para pelaku usaha dalam hal mendapatkan modal sehingga diharapkan jenis usaha ini akan terus meningkat pesat, mengingat industri jasa merupakan salah satu jenis industri yang mulai meningkat perkembangan nya untuk saat ini.
3. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian yang lebih lanjut mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha jasa laundry sepatu di Kota Pekanbaru berdasarkan karakteristik serta alat analisis yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Adrian Payne. 2012. Services Marketing Pemasaran Jasa, Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

Akbar, Muhammad. 2017. Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha Jamur Crispy Industri Pengelolahan Jamur Timar). JOM Fekon, Vol.4 No.1 (Februari) 2017

Aprilla, Dwina. 2018. Identifikasi Inovasi dan Kinerja Bisnis Pada Laundry Sepatu Sneaklin di Kota Bandung. e-Proceeding of Management : Vol.5, No.2 Agustus 2018

Arief, Hidayat. 2014. Strategi Pengembangan Industri Kecil Tas di Kecamatan Jati Kabupaten Kudus. Economics Development Analysis Journal 3 (1) (2014)

Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

Asmawati, Hanifah. 2018. Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisis SWOT Pada Usaha Laundry Istiqomah di Samarinda. eJournal Administrasi Bisnis. 2018.6 (1): 65-76

Christoper, Lovelock.2007. Manajemen Pemasaran Jasa, PT. Indeks, Indonesia

David, Fred, R. 2011. Strategi Management Manajemen Strategi Konsep, Edisi 12, Salemba Empat, Jakarta.

Dumairy. 2006. Perekonomian Indonesia. Jakarta: Erlangga

Fidel, Muhammad.2017. Analisis SWOT Bisnis Laundry UD Rafa Laundry Klindocare di Duri Provinsi Riau. JOM FISIP Vol. 4 No. 2 – Oktober 2017

Gita, Dea.2017. Analisis SWOT Industri Jagung Manis di Kota Payakumbuh. JOM Fekon Vol. 4 No.1 (Februari)

Griffin, Ricky W. 2014. Organizational Behavior: Managing People and Organizations. Eleventh Edition. USA: South Western.

Husein, Umar.2008. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Joesyiana, Kiki. 2017. Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekanbaru. Jurnal Valuta Vol.3 No.1 April 2017

Kotler, Philip. 2014, Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.

Kristianto, P. 2002. Ekologi Industri, Penerbit ANDI. Yogyakarta.

Kuncoro, M., 2006. Ekonomi Pembangunan: Teori, Masalah, dan Kebijakan. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Pambudy. 2009. Bisnis dan Kewirausahaan dalam Sistem Agribisnis. Pustaka Wirausaha Muda. Bogor.

Parasuraman, A., Zeinthaml, V.A. 2007. Reassesment of Expectations as Comparasion Standard in Measuring Service Quality : Implications for Future Research. Journal of Marketing.

Rangkuti, Freddy. 2015. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama.

Suandi, Edy. 2011. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewah Yogyakarta. Jurnal Ekonomi Pembangunan Volume 12, Nomor 1, Juni 2011, hlm.44-45

Sukirno, Sadono. 2011. Makro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga. Rajawali Pers, Jakarta

Sukirno, Sadono.2004. Teori Makro Ekonomi, Jakarta: Rajawali Press

Susanti, Agus. 2020. Strategi Pengembangan Usaha Jasa Pada Barbershop By Ponco. Jurnal Visi Manajemen Vol 5 No 1

Tjiptono, Fandy. 2007. Pemasaran Jasa, Banyumedia Publishing. Malang Jawa Timur.

Wardanu, Adha Panca. Strategi Pengembangan Agroindustri Kelapa Sebagai Upaya Percepatan Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Ketapang. Jurnal Industria Vol.3, No 1:13-26

Wibowo. (2008). Manajemen Kinerja. Jakarta. Penerbit: Raja Grafindo Persada