

**ANALISIS SWOT BISNIS LAUNDRY UD RAFA LAUNDRY
KLINDOCARE DI DURI PROVINSI RIAU
(STUDI FORMULASI STRATEGI BERSAING)**

M.Fidel Khasandra

Email: fidelkhasandra@gmail.com

Pembimbing : Okta Karneli

Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl. H.R, Subrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru
28293.Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Abstract: This research was conducted at Rafa Laundry Klindocare Duri. This business is engaged in cloth washing services. The purpose of this research is to formulate competitive strategy formulation at Rafa Laundry Klindocare. This research is descriptive research with qualitative approach, where in this research do not use population and sample only use key informant to get information needed. The data used are primary and secondary data. From the analysis results can be seen that there are several alternative strategies that can be used as a tool to win the competition on Rafa Laundry industry. One strategy that can be applied based on the utilization of existing opportunities by minimizing existing weaknesses.

Keywords: SWOT (Strengths, Weakness, Opportunity, Threat), SWOT Analysis, Alternative Strategy Rafa Laundry Klindocare

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan, maka perusahaan – perusahaan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri. Untuk itu setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen.

Serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan – perusahaan lainnya. Sudah seharusnya perusahaan berupaya untuk meminimalisasi kelemahan – kelemahannya dan memaksimalkan kekuatan yang dimilikinya. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan. Dengan adanya tekanan persaingan begitu ketat, sehingga secara langsung atau tidak langsung sangat mempengaruhi kinerja organisasi perusahaan termasuk laundry. Perubahan yang begitu cepat dalam dewasa ini, baik dalam hal teknologi, kebutuhan pelanggan dan siklus produk semakin pendek menyebabkan permasalahan serius bagidunia usaha tak terkecuali usaha kecil dan menengah. Menurut Simamora (2001:38), keberhasilan perusahaan dalam pemasaran dipengaruhi oleh persaingan pasar. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengenali siapa pesaingnya, apa sasaran dan strategi mereka, apa kekuatan dan kelemahan mereka dan

bagaimana pola reaksi mereka dalam menghadapi persaingannya. Keunggulan bersaing menurut Porter (1986) adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif.

Meningkatnya kebutuhan, adapun adanya usaha jasa “**RAFA LAUNDRY**”. Dimana rafa laundry ini memberikan jasa pembersih atau pencucian pakaian, boneka, selimut, karpet, dan lain-lain yang bertujuan untuk membantu masyarakat yang tidak mempunyai kesempatan atau waktu untuk mencuci pakaian mereka. Disini juga menyangkut kesibukan daerah dengan sedikit tidak orang atau masyarakat memerlukan tenaga kerja atau jasa.

Analisis SWOT (*SWOT analysis*) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintahan, pemasok, kalangan perbankan, rekan diperusahaan lain. Banyak perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan (*Richard L.Daft 2010:253*) selanjutnya *Fredi rangkuti (2004: 18)*

menjelaskan bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisa faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang saat ini. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*).

Faktor eksternal mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

Faktor internal mempengaruhi terbentuknya *strengths and weaknesses* (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional : pemasaran,

keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

Laundry Rafa Klindocare yang berlokasi di jalan Asrama Tribrata, Duri-Riau ini sejak awal berdirinya yaitu pada tahun 2011, selalu berusaha untuk mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memiliki fasilitas berupa 9 unit mesin cuci, 1 unit mesin pengering pakaian, 8 unit setrika dan 2 unit setrika uap yang semuanya baru. Memiliki sistem pencucian 1 mesin 1 customer (*one loading one customer*) dan adanya perawatan khusus bagi pakaian yang sulit di cuci dengan mesin biasa. Selain itu, Laundry Rafa Klindocare memakai strategi agar konsumen menjadi tertarik untuk menggunakan jasa laundry seperti memberikan discount kepada setiap pelanggan baru selama beberapa bulan, sistem ganti rugi terhadap pakaian yang akan dicuci, dan pelayanan antar jemput yang ditayangkan di laundry Rafa Klindocare ini, ditambah lagi keunggulan dari Laundry Rafa Klindocare yakni deterjen cair dan pewangi unggulan buatan sendiri khas laundry Rafa yang sesuai selera para pelanggan sehingga menjadikan keunggulan bersaing tersendiri bagi Laundry Rafa Klindocare. Keputusan pembelian akan banyak ditentukan dari strategi yang digunakan Laundry Rafa Klindocare.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menentukan strategi bersaing perusahaan yang didasarkan pada analisis SWOT.

TINJAUAN TEORITIS

Analisis SWOT

Salah satu pendekatan yang dapat dipergunakan sebagai instrumen dalam pemilihan strategi dasar adalah melalui analisis *SWOT*. Analisis *SWOT* bisa digunakan untuk mengevaluasi kesempatan dan tantangan di lingkungan bisnis maupun lingkungan internal perusahaan (Kuncoro,2005:50).

Rangkuti (2009:18) menjelaskan bahwa analisis *SWOT* adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan dengan cara ini selalu dikaitkan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan usaha. Jadi pada prinsipnya analisis *SWOT* membandingkan antara faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) guna menetapkan formulasi strategi (perencanaan strategi) dalam upaya penyusunan strategi jangka panjang.

Menurut David (2006:10) mengatakan bahwa peluang dan ancaman eksternal merujuk pada keadaan ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, pemerintah, teknologi, dan kecendrungan persaingan serta peristiwa yang dapat menguntungkan atau merugikan suatu organisasi secara signifikan dimasa depan.

Matriks SWOT

Untuk memudahkan melaksanakan analisis *SWOT* diperlukan matriks *SWOT*, yang dimaksudkan untuk mempermudah merumuskan berbagai strategi yang perlu di jalankan oleh perusahaan. Matrik ini dibuat dengan mengelompokkan masing-masing unsur masalah *SWOT* ke dalam tabel matriks. Karena matrik *SWOT* ini adalah alat yang dipakai untuk penyusunan faktor-faktor strategis perusahaan dimana matrik ini nantinya dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Melakukan analisis *SWOT* ini Freddy rangkuti (2009:33) menyatakan bisa dibuat suatu matrik dimana masing-masing sel tersebut dapat diisi dengan berpedoman sebagai berikut :

1. Sel *Strengths* (S) dibuat 5 sampai 10 kekuatan internal yang dimiliki pada suatu usaha. Yaitu, mencari 5 sampai 10 analisis kekuatan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu perusahaan pada saat ini. Yang perlu dilakukan dalam analisis ini adalah setiap perusahaan perlu menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan dibandingkan dengan para pesaingnya.
2. Sel *Weaknesses* (W) dibuat 5 sampai 10 kelemahan internal yang dimiliki pada suatu usaha. Yaitu, mencari 5 sampai 10 analisis kelemahan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari perusahaan pada

saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan di dalam sebuah perusahaan yang menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan.

3. Sel *Opportunities* (O) dibuat 5 sampai 10 kekuatan eksternal yang dimiliki pada suatu usaha. Yaitu, mencari 5 sampai 10 analisis peluang, suatu kondisi yang merupakan peluang diluar suatu perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi perusahaan dimasa depan.

Sel *Threats* (T) dibuat 5 sampai 10 kelemahan eksternal yang dimiliki pada suatu usaha. Yaitu, mencari 5 sampai 10 analisis ancaman, yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan atau organisasi untuk mengatasi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan pada suatu perusahaan yang menyebabkan kemunduran.

Definisi Strategi Bersaing

Hariadi (2005:97-8), strategi bersaing perusahaan merupakan langkah strategi yang terencana maupun tidak terencana untuk dapat memiliki keunggulan bersaing, sehingga dapat menarik perhatian konsumen, memperkuat posisi dalam pasar, dan bertahan terhadap tekanan persaingan. Keunggulan bersaing dalam pasar akan memudahkan perusahaan untuk meraih keuntungan lebih besar daripada pesaing dan memberikan kesempatan hidup lebih lama dalam persaingan. Strategi perusahaan dapat dijalankan secara ofensif atau defensif atau dilakukan bergantian sesuai dengan kondisi

dilapangan. Dalam strategi ini, termasuk didalamnya berbagai manuver taktik jangka pendek untuk mengelabui lawan, menjegal untuk menahan laju serangan lawan yang semuanya ditujukan untuk memenangkan pertempuran maupun peperangan.

Selanjutnya Hariadi membedakan antara strategi bersaing dan strategi bisnis, strategi bisnis tidak hanya semata berkaitan dengan bagaimana bersaing dengan lawan bisnis ataupun kekuatan-kekuatan dalam pasar, melainkan juga mencakup strategi dalam fungsi-fungsi yang dijalankan perusahaan, dan bagaimana respon manajemen terhadap perubahan kondisi industri yang menyangkut banyak hal (tidak semata-mata persaingan saja). Sementara itu, strategi bersaing hanya fokus pada rencana tindakan manajemen untuk bersaing dengan sukses dan memberikan nilai yang sangat bagus pada konsumen.

METODE PENELITIAN

Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada kekuatan (*strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*) pada Laundry Rafa Klindocare Asrama Tribрата Duri-Riau untuk memformulasikan strategi bersaing pada usaha tersebut.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Laundry Rafa Klindocare Duri-Riau yang beralamat di Jl. Asrama Tribрата Duri, dimana Laundry Rafa ini adalah salah satu bisnis usaha pencucian kain yang besar yang berada di kawasan Duri-Riau dan Laundry ini juga

merupakan pusat perbelanjaan bahan-bahan yang dibutuhkan dalam usaha laundry maupun pencucian untuk wilayah Duri-Riau.

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian studi yang lebih bersifat operasional yakni dengan melakukan analisis terhadap lingkungan internal dan eksternal suatu bisnis usaha laundry pada Laundry Rafa Klindocare Duri-Riau melalui penerapan analisis *SWOT* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif Matrik *SWOT*.

Jenis dan Sumber Data

untuk membantu penulis dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis sumber data sebagai berikut:

- a. Data Premier, merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian melalui wawancara langsung kepada pengelola (*supervisor*), pramuniaga Laundry Rafa Klindocare yang diberikan beberapa pertanyaan-pertanyaan yang terkait seputar faktor lingkungan bisnis apa yang dimiliki oleh bisnis usaha tersebut. (Panduan wawancara terlampir).
- b. Data sekunder, merupakan data-data yang diperoleh dari sumber lain yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder dari penelitian ini adalah hasil penelitian terdahulu, literatur, dan data-data dari objek penelitian yang diperlukan dalam penyusunan dalam penyusunan penelitian ini

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

A. Wawancara

Dimana peneliti mengadakan tanya jawab langsung dengan pengelola (*supervisor*), pramuniaga, dan konsumen Laundry Rafa Klindocare Duri-Riau untuk memperoleh keterangan-keterangan yang berhubungan dengan masalah penelitian.

Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah proses analisis kualitatif yang mendasarkan pada adanya hubungan semantis antar variabel yang sedang diteliti. Tujuan analisis data kualitatif yaitu agar peneliti mendapatkan makna hubungan variabel-variabel sehingga dapat digunakan untuk menjawab masalah yang dirumuskan dalam penelitian. Hubungan antar semantis sangat penting karena dalam analisis kualitatif, peneliti tidak menggunakan angka-angka seperti analisis kuantitatif. Prinsip pokok teknik analisis data kualitatif ialah mengolah dan menganalisis data-data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur dan mempunyai makna.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Metode Analisis Deskriptif
Metode Analisis Deskriptif merupakan cara merumuskan data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai masalah yang ada serta daya saing Laundry Rafa Klindocare Duri-Riau yang dilihat dari analisis *SWOT*.

- b. Matriks Analisis *SWOT*
Analisis ini dilakukan dengan menggunakan matrik *SWOT* (Freddy Rangkuti, 2009:31) merupakan alat yang digunakan untuk menggambarkan secara jelas

bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi.

Hasil Penelitian

SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) pada Rafa Laundry Klindocare.

Pada bagian ini menggambarkan setiap kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari bisnis usaha ini dalam melaksanakan aktivitasnya. Terdapat suatu kondisi lingkungan yang dihadapi perusahaan yang berasal dari dalam lingkungan bisnis itu sendiri (kekuatan dan kelemahan) maupun dari lingkungan luar bisnis (peluang dan ancaman).

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada key informan yang mengetahui permasalahan secara mendalam, key informan pada Rafa Laundry Klindocare dalam penelitian ini ialah pimpinan usaha Rafa Laundry Klindocare.

Rafa Laundry klindocare adalah salah satu usaha jasa dibidang laundry yang ada di Duri Provinsi Riau. Rafa Laundry Klindocare membuka jam kerja mulai jam/pukul : 08.00 – 21.00 WIB. Rafa Laundry Klindocare memasang tarif laundry sebesar 6000/kg. Menggunakan sembilan mesin cuci, satu unit pengering pakaian, 8 unit setrika dan 2 unit setrika uap yang semuanya baru.

Tempat atau lokasi sangat strategis, berada di ruang lingkup

perumahan pegawai PT.Chevron Pacific Indonesia, Lingkungan pondok pesantren, dan perhotelan. Visi dari Rafa Laundry Klindocare yaitu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan dan misi dari Rafa Laundry Klindocare yaitu membantu orang yang terlalu sibuk yang tidak mempunyai waktu untuk membersihkan pakaiannya dan untuk memberikan lapangan pekerjaan yang bisa dijangkau oleh SDM.

Analisis SWOT Rafa Laundry Klindocare :

1. Strength (S) memiliki kekuatan seperti Usaha tepat berada di pinggir jalan, kualitas pelayanan yang diutamakan, dan usaha berada di ruang lingkup perusahaan yang bergerak di Chevron
2. Weakness (W) memiliki kelemahan seperti kurangnya ketelitian karyawan dalam bekerja, kurangnya lahan jemuran, dana operasional, belum melakukan inovasi terhadap usaha dan SDM yang terbatas
3. Opportunity (O) memiliki peluang usaha seperti lokasi usaha yang strategis, jumlah konsumen yang semakin meningkat, dan pangsa pasar yang masih terbuka
4. Threats (T) memiliki ancaman usaha seperti banyaknya muncul laundry rumahan, dan munculnya perusahaan pesaing

Matrik SWOT

Tabel 1.3
Matriks SWOT Rafa Laundry Klindocare

	<p>Strength (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ Usaha tepat berada di pinggir jalan ➢ Kualitas pelayanan ➢ Usaha berada di lingkungan perumahan perusahaan asing yaitu PT. Chevron Pacific Indonesia dan Lingkungan pondok pesantren 	<p>Weakness (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ Kurangnya ketelitian karyawan dalam bekerja ➢ Kurangnya lahan penjemuran pakaian ➢ Belum melakukan inovasi terhadap usaha ➢ SDM yang terbatas
<p>Opportunity (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ Lokasi usaha yang strategis ➢ Jumlah Penduduk Yang semakin meningkat ➢ Pangsa pasar yang masih terbuka 	<p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ Perluasan pangsa pasar ➢ Meningkatkan keunggulan yang telah dimiliki ➢ Memanfaatkan jumlah perusahaan, penginapan dan pesantren 	<p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ Menciptakan inovasi ➢ Mengoptimalkan fasilitas yang sudah dimiliki ➢ Memanfaatkan jumlah penduduk yang setiap tahun meningkat
<p>Threat (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ Banyak bermunculan laundry-laundry baru di sekitar ➢ Perusahaan pesaing 	<p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ Meningkatkan pelayanan agar konsumen merasa puas dan loyal terhadap usaha ➢ Mengembangkan daya saing 	<p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ Menyediakan lahan jemuran yang luas ➢ Menjaga hubungan baik dengan konsumen ➢ Melatih karyawan agar lebih berkualitas

Sumber : Hasil penelitian yang diolah penulis, 2016

Alternatif Strategi

Manajemen strategi adalah seni dan ilmu penyusunan, penerapan, dan pengevaluasian keputusan-keputusan. Manajemen strategi berfokus pada proses penetapan tujuan perusahaan, pengembangan kebijakan dan perencanaan mencapai sasaran, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan perusahaan. Definisi manajemen strategi dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

- a. Alternatif strategi adalah suatu seni dan ilmu dari perumusan (formulating), Penerapan (implementing), evaluasi (evaluating), dari keputusan-keputusan strategis antar fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya di masa yang akan datang.
- b. Alternatif strategi adalah pola-pola berbagai tujuan serta kebijaksanaan dasar rencana-rencana untuk mencapai tujuan tersebut, dirumuskan sedemikian rupa

sehingga jelas usaha apa yang sedang dan akan dilaksanakan oleh perusahaan, demikian juga sifat perusahaan baik sekarang maupun dimasa yang akan datang.

Penulis menarik kesimpulan dari kedua definisi alternatif strategi diatas bahwa alternatif strategi adalah suatu berbagai macam cara yang direncanakan untuk bertujuan mencapai suatu tujuan tertentu agar tercapai sesuai dengan tujuan.

Tujuan utama perencanaan strategi adalah agar perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Dalam hal ini dapat dibedakan secara jelas, fungsi manajemen, konsumen, distributor, dan pesaing. Jadi perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan yang optimal dari sumber daya yang ada.

Kesimpulan

Kesimpulan atas penelitian pada Rafa Laundry Klindocare dan saran-saran yang mungkin akan bermanfaat bagi Rafa Laundry Klindocare untuk bersaing dan menjadi suatu bisnis yang unggul di masa yang akan datang disaikan pada bab ini. Strategi-strategi ini dapat diterapkan, agar Rafa Laundry Klindocare dapat bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif ini.

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada Rafa Laundry Klindocare dapat disimpulkan bahwa Rafa Laundry Klindocare menggunakan strategi untuk dapat bersaing yakni, strategi SO (*Strengths*

- *Opportunity*) dimana Rafa Laundry Klindocare menggunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada

b. Saran

Saran penulis kepada Rafa Laundry Klindocare agar dapat mengatasi ancaman dan kelemahan dengan memanfaatkan peluang dan mempertahankan kekuatan yang ada, akan disampaikan sebagai berikut :

1. Rafa Laundry Klindocare dalam hal ini harus lebih dapat lagi mengoptimalkan kekuatan yang dimilikinya tersebut, kemudian juga harus dapat segera memperbaiki kelemahan yang dimilikinya tersebut, sehingga nantinya akan dapat menjadikan perusahaan ini unggul di antara pesaing-pesaingnya.

Selain itu, Rafa Laundry Klindocare juga harus mampu memanfaatkan setiap peluang yang dialami dalam bisnis ini serta mampu dalam mengantisipasi setiap ancaman yang datang agar dapat tetap eksis dan tetap mampu bertahan dan bersaing di setiap perubahan lingkungan yang mungkin akan mengguncang bisnis jasa pencucian.

Rafa Laundry Klindocare dalam melaksanakan bisnis diharapkan agar tetap memperhatikan kesejahteraan karyawan dengan cara menaikkan upah. Karyawan lah yang banyak berurusan dengan konsumen, dan bekerja dengan baik demi mengharumkan nama Rafa Laundry Klindocare. Sudah sepantasnya mereka diberi upah yang lebih dari biasanya.

Daftar Pustaka

- Alkurni wais dan Zuliarni Sri. 2014. *Analisis Proses Pengembangan Produk Baru Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Bisnis*. Pekanbaru: *Jurnal Fisip Volume 1 No.2*
- Armi, chintya, 2014, *Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing pada bisnis usaha sepatu: kasus took sepatu STARS cabang marpoyan pekanbaru*. Pekanbaru: *perpustakaan administrasi bisnis*.
- Bungin, Burhan, 2001, *Metode Penelitian Sosial (format-format kuantitatif dan kualitatif)*, Airlangga University Press, Surabaya.
- David, Fred R, 2006. *manajemen strategis*. Jakarta: salemba empat
- Glueck, W., F. & L. R. Jauch, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*.
- Terjemahan oleh Drs. Murad MSc, Econ. dan A.R. Henry Sitanggang SH., Edisi Kedua, 1990, Erlangga, Jakarta.
- Helfin Frices H, 2006. "*Strategi Konsepsi Memenangkan Perang Bisnis*". Jogjakarta: Mida Pustaka
- Hariadi, Bambang. 2003. "*Strategi Manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis*". Malang: Bayu Media Publishing.

- Hunger, David.J dan Wheelen. Thomas.L. 2001”manajemen strategis”. Yogyakarta: Andi
- Kuntjoroadi Wibowo dan Safitri Nurul. 2009. *Analisis Strategi Bersaing Dalam Rangka Usaha Penerbangan Komersial*. Jakarta: *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi Volume 16 No.1*.
- Kusnadi.H.2000.”*Pengantar Manajemen Strategi*”. Malang
- Persaulian, Marganda, 2015, *Analisis lingkungan eksternal dan internal sebagai formulasi strategi bisnis. (Kasus Penerapan Analisis SWOT Pada Perusahaan Otobus Sampari Trayek Dolok Sanggul – Medan, Kecamatan Doloksanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan, Provinsi Sumatra Utara)*. Pekanbaru: perpustakaan administrasi bisnis.
- Pearce dan Robinson, 2008. *Manajemen strategis : Formulasi, Implementasi, dan pengendalian*. Jakarta: salemba empat
- Porter, M. E., *Strategi Bersaing : Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*.
- Terjemahan oleh Ir. Agus Maulana MSM, 1980, Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Alfabeta, Bandung.
- Rangkuti Freddy. 1997. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*.
- Penerbit : PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Tripomo, T. ST, MT & Udan, ST, MT, 2005, *Manajemen Strategi*. Rekayasa Sains, Bandung.
- Triton P.B.,2007. “*manajemen strategis. Terapan perusahaan dan bisnis*”. Yogyakarta : Tugu Publisher.
- Umar, Husein. 1999.”*Riset Strategi Perusahaan*” Jakarta: PT.Gramedia
- Umar, Husein. 2001.”*Strategic Management In Action*”. Jakarta: PT.Gramedia
- Wheelen, T.L. & J.D. Hunger, *Manajemen Strategis*. Terjemahan oleh Julianto
- Agung, 2003, Andi, Yogyakarta.
- Zein R. Shaifur. 2015 *Analisis Formulasi Strategi Pengembangan Usaha Pada Koperasi Pemuda Tunas Patria (KOPPATRIA) Sentra Industri Seni Patung dan Ukir Kabupaten Jepara Semarang: SKRIPSI*.