

PERENCANAAN STRATEGI BISNIS

“EL JE LAUNDRY”

**Disusun guna memenuhi tugas mata kuliah
Perencanaan Strategi Bisnis**

Dosen pengampu:

Rini Astuti, MT



Oleh:

1. (41226090) Rina
2. (41226047) Nurul hikmah
3. (41226053) Sri hartati
4. (41226101) Windiyani
5. (41226079) Indah fitriyani

STMIK IKMI CIREBON

2023

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan makalah ini guna memenuhi tugas kelompok untuk mata kuliah "Perencanaan Strategi Bisnis" dengan judul " Perencanaan Strategi Bisnis pada Jasa El Je Laundry". Kami menyadari bahwa dalam penulisan makalah ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang dengan tulus memberikan doa, saran dan kritik sehingga makalah ini dapat terselesaikan.

Kami menyadari sepenuhnya bahwa makalah ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang kami miliki oleh karena itu kami mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhirnya kami berharap semoga makalah ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan dunia Pendidikan.

Cirebon, 20 Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	ii
BAB 1 PENDAHULUAN	
Latar Belakang.....	1
Visi & Misi	1
Tujuan.....	1
Sasaran.....	2
Daya saing	2
BAB 2 PEMBAHASAN	
Analisis value chain.....	4
Diagram SWOT	6
Matrik SWOT	7
BAB 3 PERENCANAAN STRATEGI BISNIS	
Strategi Pemasaran	14
Analisis Pesaing.....	16
Aspek Produksi.....	17

Analisis SDM	19
--------------------	----

Pemanfaatan IT	22
----------------------	----

BAB IV KESIMPULAN

Kritik.....	23
-------------	----

Saran	23
-------------	----

DAFTAR PUSTAKA.....	24
---------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

El Je Laundry merupakan usaha mikro kecil menengah yang bisa dikatakan masih baru. El Je Laundry didirikan pada tanggal 21 Agustus 2016 di Jl.Kapas Madya, Surabaya. Usaha ini bergerak pada bidang pencucian baju, bed cover dan sejenisnya. Yang dipimpin oleh Sdri. Laysa Arifin beserta karyawan, usaha ini dapat dikatakan sudah berkembang di lingkungan sekitar karena telah mendapat banyak pelanggan.

Beberapa hal yang melatar belakangi didirikannya usaha “El Je Laundry” antara lain :

1. Mengisi waktu luang dengan melakukan kegiatan yang bermanfaat dan mendapatkan nilai ekonomi.
2. Merupakan suatu usaha yang umum dalam lingkungan masyarakat, akan tetapi memiliki sensasi tersendiri dalam setiap orang.
3. Mempermudah pekerjaan para ibu rumah tangga dalam kegiatan mencuci pakaian.
4. Adanya peluang bisnis yang cukup baik di lingkungan sekitar, karena di daerah Kapas Madya jarang terdapat tempat pencucian baju.

B. VISI & MISI

Menjadikan usaha laundry yang terbaik di wilayah sekitar dan mempunyai cabang baru untuk kemajuan usaha. Berkomitmen memberikan hasil terbaik pada setiap cucian pelanggan “El Je Laundry” sehingga pelanggan merasa puas dan ingin kembali lagi untuk mencucikan pakaiannya.

C. TUJUAN

1. “El Je Laundry” mempunyai tujuan untuk meningkatkan hasil pendapatannya dengan cara mengadakan promosi pada waktu-waktu tertentu.
2. Mempunyai aroma parfume cucian yang khas dari “El Je Laundry”.
3. Memberikan layanan antar jemput cucian ke rumah pelanggan.

4. Membuat hubungan yang baik dengan pelanggan, sehingga memiliki jaringan untuk membuka cabang baru.
5. Memperbaiki sistem kerja dan memberikan kreatifitas baru pada hasil cucian.
6. Menerima kritik dan saran untuk kemajuan usaha laundry ini.

D. SASARAN

1. Para ibu rumah tangga, karyawan dan mahasiswa/i yang kost di area sekitar.
2. Menjadi usaha yang berkembang dengan baik dan dapat memenuhi target yang ingin dicapai.
3. Pembantu part time yang bekerja di perumahan.

E. DAYA SAING “El Je Laundry”

1. Berwujud :
 - Tempat usaha yang memadai.
 - Adanya 2 (dua) cabang laundry.
 - Memberikan kualitas cucian yang baik dengan harga terjangkau.
 - Bertanggung jawab terhadap adanya complain pelanggan, menerima kritik dan saran untuk kemajuan usaha.
 - Kondisi tempat usaha bersih dan baik.
 - Tempat cabang juga terletak di daerah yang lumayan strategis dan bersih.
2. Tidak berwujud :
 - Pelayanan yang ramah dan santun.
 - Dipercaya oleh warga sekitar dan mendapat dukungan dari kepala RT setempat.
3. Kumpulan sumber daya yang memiliki keunggulan :
 - Tempat usaha utama dan cabang pembantu baik, bersih dan nyaman.
 - Bertanggung jawab atas setiap masalah dan perbuatan yang bersangkutan dengan jasa pencucian ini.
 - Berlatih bersikap yang baik, sopan dan santun kepada sesama karyawan maupun kepada pelanggan “El Je Laundry”.
 - Adanya fasilitas yang lengkap, peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan sudah tersedia dengan rapi.
4. Kumpulan sumber daya yang memiliki keunggulan bersaing :
 - Memberikan kualitas dan keunggulan dari hasil kerja.
 - Karyawan yang bertanggung jawab, rajin, ulet dan cekatan.

- Selalu memberikan sambutan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan dan Santun) kepada pelanggan.
 - Melatih kedisiplinan dan mental yang baik dalam berperilaku.
5. Kumpulan sumber daya yang memiliki keunggulan bersaing berkesinambungan :
- Tempat usaha yang memadai dan fasilitas yang dibutuhkan lengkap
 - Bertanggung jawab atas setiap tindakan dari start sampai finishing.
 - Bekerjasama dengan supplier perlengkapan yang dibutuhkan.
6. Kumpulan sumber daya yang memiliki daya saing laba diatas rata-rata:
- Memiliki 2 (dua) cabang laundry yang strategis dan memadai.
 - Memberikan kualitas yang baik terhadap pelanggan “El Je Laundry”.
 - Melatih bersikap dan beretika yang baik pada sesama maupun dalam bermasyarakat.
 - Bekerjasama dengan koneksi antar teman, saudara dan lingkungan sekitar tempat usaha yang didirikan.

BAB II PEMBAHASAN

A. Analisis value chain, SWOT dan keterangannya yang terkait dengan usaha pencucian "El Je LAUNDRY"

Analisis Rantai Nilai:



Berikut contoh value kondisi internal tempat usaha:

strategik advantage profile {SAP}

FAKTOR INTERN :	STRENGTH / WEAKNESS
SDM	(-) <u>Karyawan terbatas karena sesuai dengan tingkat kebutuhan usaha.</u>
PRODUKSI / OPERASI	(+) <u>Hasil cucian bersih, wangi dan tepat waktu.</u> (+) <u>Memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi.</u> (+) <u>Memiliki SIUP.</u> (+) <u>Tersedia almari untuk pakaian yang sudah bersih dan packing baju rapi.</u> (-) <u>Pencatatan data pelanggan secara manual.</u>
PEMASARAN	(+) <u>Brosur sudah dibagikan tepat sasaran dan adanya pembukaan cabang baru juga membantu memudahkan usaha.</u>
KEUANGAN	(+) <u>Keuangan dikelola dengan baik dan jelas.</u>

Analisis faktor internal kuisioner strategi untuk mengetahui kekuatan (Strength) :

Faktor strategis	Nilai	Bobot	Rating	Skor
Hasil cucian cepat, bersih, wangi dan tepat waktu.	2	0,12	4	0,48
Memiliki SIUP.	4	0,25	4	1
Tersedianya display untuk pakaian yang sudah diproses.	4	0,25	4	1
Ketepatan sasaran yang dituju.	3	0,18	2	0,36
Pengelolaan keuangan baik dan jelas.	3	0,18	3	0,54
Total	16	0,98	17	3,38

Ukuran pembobotan :	Ukuran rating kekuatan :
1 = Sedikit penting	1 = Sedikit kuat
2 = Agak penting	2 = Agak kuat
3 = Penting	3 = Kuat
4 = Sangat penting	4 = Sangat kuat

Kuisiomer internal faktor analisis strategi untuk mengetahui kelemahan (Weakness) :

Faktor strategis	Nilai	Bobot	Rating	Skor
Karyawan yang terbatas.	2	0,5	4	2
Pencatatan data pelanggan masih manual.	2	0,5	2	1
Total	4	1	6	3

Ukuran pembobotan :	Ukuran rating kelemahan :
1 = Sedikit penting	1 = Sedikit lemah
2 = Agak penting	2 = Agak lemah
3 = Penting	3 = Lemah
4 = Sangat penting	4 = Sangat lemah

Kondisi eksternal perusahaan Environmental Threat and Opportunity Profile (ETOP) :

FAKTOREKSTERNAL	THREAT / OPPORTUNITY
PESAING	(-) Banyaknya pesaing yang mempunyai kualitas yang sama.
PELANGGAN	(+) Adanya pelanggan tetap. (-) Jika prosesnya lama membuat pelanggan kecewa.
TEKNOLOGI	(-) Tidak mempunyai genset, sehingga tergantung pada PLN.
SUBSTITUSI	(+) Adanya pembantu part time dan lokasinya dekat dengan perumahan.

Kuisiomer faktor eksternal analisis strategi untuk mengetahui peluang (Opportunity) :

Faktor strategis	Nilai	Bobot	Rating	Skor
Adanya pelanggan tetap.	2	0,33	3	0,99
Pembantu part time yang dekat dengan lokasi perumahan.	4	0,66	4	2,64
Total	6	0,99	7	3,63

Ukuran pembobotan :	Ukuran rating peluang :
1 = Sedikit penting	1 = Sedikit peluang
2 = Agak penting	2 = Agak peluang
3 = Penting	3 = Peluang
4 = Sangat penting	4 = Sangat berpeluang

Kuisiomer faktor eksternal analisis strategi untuk mengetahui ancaman (Threat) :

Faktor strategis	Nilai	Bobot	Rating	Skor
Banyak pesaing mempunyai kualitas yang sama.	4	0,4	4	1,6
Proses yang lama akan membuat pelanggan kecewa.	2	0,2	2	0,4
Tidak memiliki genset, sehingga tergantung pada PLN.	4	0,4	4	1,6
Total	10	1	10	3,6

Ukuran pembobotan :	Ukuran rating peluang :
1 = Sedikit penting	1 = Sedikit mengancam
2 = Agak penting	2 = Agak mengancam
3 = Penting	3 = Mengancam
4 = Sangat penting	4 = Sangat mengancam

Nilai IFAS dan EFAS :

1. Tabel skor total IFAS

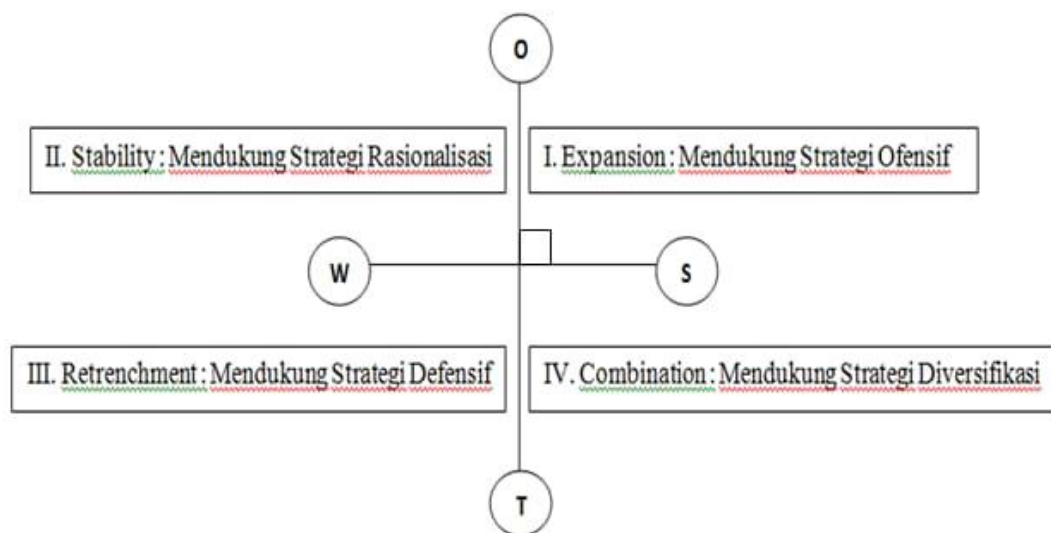
$$- \Sigma \text{Skor Kekuatan} - \Sigma \text{Skor Kelemahan} = 3,38 - 3 = 0,38$$

2. Tabel skor total EFAS

$$- \Sigma \text{Skor Peluang} - \Sigma \text{Skor Ancaman} = 3,63 - 3,6 = 0,03$$

3. Jadi titik koordinatnya terletak pada = 0,38 ; 0,03

B. DIAGRAM SWOT



Setelah diketahui titik pertemuan diagonal tersebut (X) maka posisi unit usaha diketahui pada kuadran I dengan kecenderungan sama sehingga perlu diadakan penyempurnaan analisis dengan menghitung luasan wilayah pada tiap kuadran.

KUADRAN	POSISI TITIK	LUAS MATRIK	RANKING	PRIORITAS STRATEGI
I (SO)	3,38 ; 3,63	12,27	1	MARKET DEVELOPMENT
II (ST)	3,38 ; 3,6	12,17	2	JOINT VENTURES
III (WO)	3 ; 3,63	10,9	3	PRODUCT DEVELOPMENT
IV (WT)	3 ; 3,6	10,8	4	DIVERSIVICATION CONCENTRIC

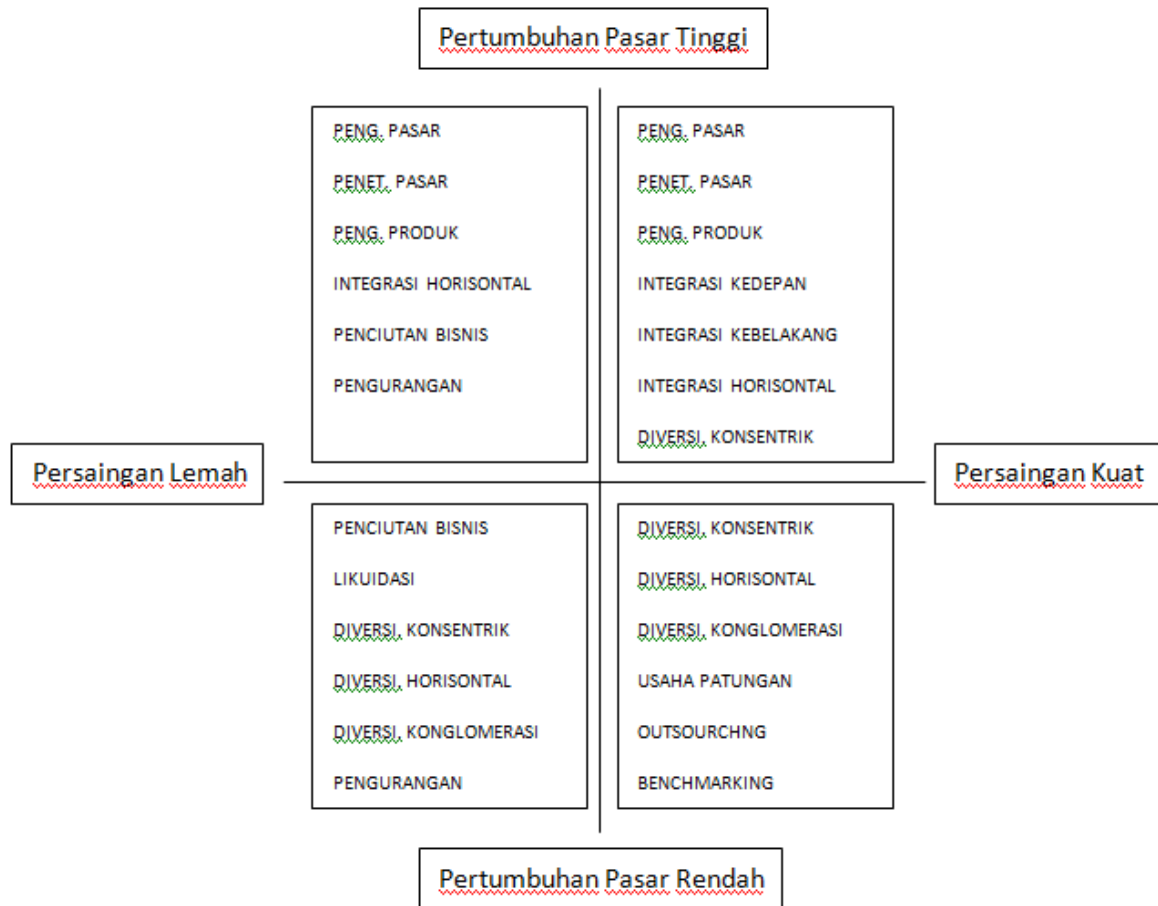
Keterangan :

1. Kuadran I : Strategi umum yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengambil setiap keunggulan pada kesempatan yang ada.
2. Kuadran II : Menjadikan setiap kekuatan untuk menghadapi setiap ancaman dengan menciptakan diversifikasi untuk menciptakan peluang.
3. Kuadran III : Perusahaan dapat membuat keunggulan pada kesempatan sebagai acuan untuk memfokuskan kegiatan dengan menghindari kelemahan.
4. Kuadran IV : Meminimumkan segala kelemahan untuk menangani setiap ancaman.

C. MATRIK SWOT

				KONDISI INTERNAL	
				KEKUATAN (STRENGTHS)	KELEMAHAN (WEAKNESSES)
				1. MEMILIKI SIUP	1. KARYAWAN YANG TERBATAS
				2. TERDAPAT DISPLAY YANG LAYAK DAN PAKAIAN YANG SUDAH DIPROSES TERSIMPAN RAPI	2. PENCATATAN DATA PELANGGAN MASIH MANUAL
KONDISI EKSTERNAL	PELUANG (OPPORTUNITIES)	1. ADANYA PEMBANTU PART TIME YANG LOKASINYA DEKAT DENGAN PERUMAHAN	SO :	MEMILIKI SIUP, DISPLAY YANG TEPAT SERTA ADANYA PEMBANTU PART TIME DAPAT MENDUKUNG USAHA INI UNTUK LEBIH MAJU DAN BERKEMBANG DENGAN PESAT.	WO : LOKASI YANG DEKAT DENGAN PERUM. DAPAT MENUNJANG ADANYA PENGHASILAN UNTUK MEMPERBAIKI SISTEM KERJA USAHA TERUTAMA PADA PENCATATAN MANUALNYA.
	ANCAMAN (THREATS)	1. TIDAK MEMILIKI GENSET SEHINGGA TERGANTUNG PADA PLN.	ST :	ANCAMAN YANG ADA DAPAT DIATASI DENGAN MENGUMPULKAN LABA USAHA UNTUK MEMBELI GENSET AGAR TIDAK BERGANTUNG PADA PLN DAN KEPEMILIKAN SIUP SERTA ADANYA DISPLAY YANG BAIK DAPAT MENUNJANG PENAMPILAN UNTUK LEBIH BAIK.	WT : TIDAK MEMILIKI GENSET PRIBADI, KARYAWAN YANG TERBATAS DAN ADANYA PENCATATAN DATA PELANGGAN YANG MANUAL DAPAT DIATASI DENGAN CARA MEMPERBAIKI SISTEM KERJA, MENAMBAKAN KARYAWAN YANG BERBAKAT DAN AHLI DALAM BIDANGNYA.

Matrik strategi umum :



➤ Strategi manajerial perusahaan dan kaitannya dengan kuadran I:

Pada kuadran I (SO Strategi) strategi umum yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengambil setiap keunggulan pada kesempatan

Pengembangan pasar (Market Development), memperkenalkan usaha yang sedang berkembang di masyarakat dengan cara :

1. Adanya sistem pengiriman atau pengiriman barang yang sudah selesai diproses.
2. Diberikan sistem kupon kepada pelanggan, dengan cara mengumpulkan 70 lbr nota laundry bias mendapatkan gratis cuci sebanyak 5kg.
3. Memberikan diskon kepada pelanggan yang memiliki kartu member.
4. Sistem pemasaran waralaba, yaitu merekrut orang yang ada di daerah lain untuk menjadi mitra waralaba.

- Kaitannya dengan kuadran SO Strategi adalah :

Memiliki kepemilikan SIUP dan tampilan tampilan yang layak digabungkan dengan pangsa pasar terbukanya yang ada pekerja paruh waktu yang bekerja di perumahan terdekat dapat mengembangkan usaha laundry ini dengan pesat dan membuka cabang-cabang baru di daerah lainnya.

- Strategi manajerial perusahaan dan kaitannya dengan kuadran II :

Pada kuadran II (WO Strategi) perusahaan dapat membuat keunggulan pada kesempatan sebagai acuan untuk memfokuskan kegiatan dengan menghindari kelemahan dan meningkatkan kapasitas produksi pelayanan laundry. Pada usaha ini manajemen menggunakan pengembangan produk. Dengan strategi sebagai berikut:

1. Memanfaatkan pekerja part time yang ada direkrut sebagai karyawan sehingga dapat mempermudah hubungan dengan pelanggan.
2. Memberikan layanan paket hemat dan paket cepat yang tentu saja dengan harga bervariasi.

- Kaitannya dengan kuadran II (WO Strategi) :

Sesuai dengan jenis usahanya, banyaknya jumlah karyawan yang terbatas dan mencatat data yang manual serta ditangkap dengan peluang pekerja paruh waktu yang dekat dengan lokasi laundry membantu pengembangan pasar yang mendukung untuk memperbaiki sistem usaha laundry ini agar menjadi lebih baik dari sebelumnya. Termasuk pencatatan data pelanggan dan segala kekurangan yang belum layak.

- Strategi manajerial perusahaan dan kaitannya dengan kuadran III :

Pada kuadran III (ST Strategi) menjadikan setiap kekuatan untuk menghadapi setiap ancaman dengan kekuatan yang ada untuk menciptakan peluang. Disini manajer menggunakan strategi usaha patungan dengan cara memperluas jaringan yang ada, setelah itu mendapatkan penerimaan cucian yang banyak maka, penghasilan akan meningkat. Dengan demikian penghasilan dapat disisihkan untuk membeli genset sendiri dan tidak lagi bergantung pada PLN. Sehingga penanganan operasional usaha dapat berjalan dengan lancar.

➤ Kaitannya dengan kuadran III (ST Strategi) :

Ancaman tidak memiliki genset sehingga operasi usaha bergantung pada PLN yang bermasalah dengan kekuatan adanya display output yang menarik, bersih dan nyaman dapat membantu meningkatkan kesan pelanggan terhadap usaha ini. Sehingga dapat bermakna apabila penghasilan meningkat dapat menyisihkannya untuk membeli genset dan memudahkan cara operasional usaha.

➤ Strategi manajerial perusahaan dan kaitannya dengan kuadran IV :

Pada kuadran IV (WT Strategi) meminimumkan segala kelemahan untuk menghadapi setiap ancaman dengan menciptakan inovasi baru dan memilih diversifikasi konsentrik, strategi yang digunakan :

1. Pelanggan dapat memilih aroma parfum untuk pakaiannya sendiri.
2. Pelanggan mendapatkan diskon khusus untuk hari-hari tertentu.
3. Packaging laundry berbentuk box yang berisi identitas “El Je Laundry” dengan design unik dan menarik.

➤ Kaitannya dengan kuadran IV (Strategi WT) :

Ancaman karena tidak memiliki genset pribadi sehingga operasional bergantung pada PLN serta pencatatan data pelanggan yang masih manual dapat ditangkap dengan menciptakan inovasi dan pelayanan yang menarik yaitu memfokuskan pada diversifikasi konsentrik.

STRATEGI GENERIK M. PORTER

KEUNGGULAN BERSAING

	POSISI BIAYA RENDAH	KEUNIKAN YANG DILIHAT PELANGGAN
SASARAN LUAS	KEUNGGULAN BIAYA	DIFFERENSIASI
SEGMENT TERTENTU	FOKUS BIAYA	FOKUS DIFFERENSIASI

Diferensiasi adalah mengambil pelanggan sebagai titik perhatian utama. Strategi ini menitik beratkan pada membangun persepsi pembeli akan keunggulan kualitas, desain produk, teknologi, distribusi jaringan, berat gambar, bahan atau pelayanan. Strategi ini dipilih karena :

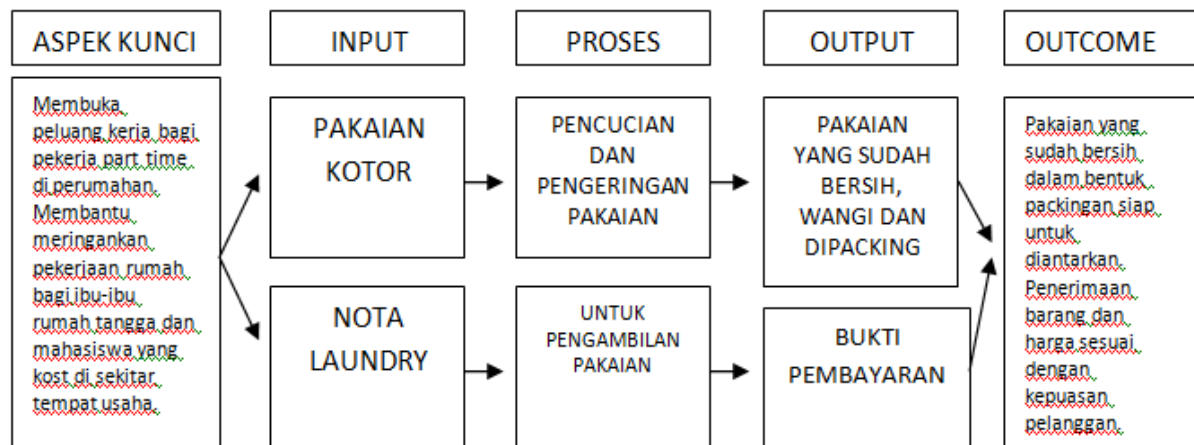
- Keterampilan dan sumber daya umum yang diperlukan :
 1. Usaha untuk memasarkan usaha sudah dilakukan semaksimal mungkin dengan menyebarkan brosur ke daerah yang cukup strategis, membuka cabang usaha, menciptakan inovasi baru dan sejenisnya,
 2. Setiap karyawan memiliki keahlian di bagiannya masing-masing.
 3. Memberikan wujud inovasi nyata dan peningkatan sistem kerja.
 4. Menjalin kerjasama dengan waralaba, pemasok dan pelanggan dengan sebaik-baiknya.
 5. Memiliki cabang baru di daerah yang cukup strategis untuk membantu mendorong kemajuan dan peningkatan usaha.
 6. Memberikan pelayanan yang terbaik dan mempunyai tujuan untuk membuka cabang baru di kota lain yang strategis agar usaha semakin meningkat dan berkembang pesat.
- Persyaratan organisasi umum :
 1. Koordinasi yang kuat antara fungsi-fungsi dalam riset dan pengembangan produk serta pemasaran .
 - El Je Laundry memiliki koordinasi yang kuat, memiliki hubungan yang luas, tempat strategis. Dekat dengan tempat tinggal mahasiswa yang kost di sekitar areanya. Perumahan yang terdapat pekerja part time juga dapat membantu peningkatan penghasilan usaha laundry ini, memiliki variasi parfum yang berbeda dengan tempat lain. Desain yang unik, pengemasan yang cepat dan menarik perhatian pelanggan, sehingga dapat dicoba untuk membuka cabang baru di tempat lain.
 2. Pengujian dan insentif yang subyektif.
 - Upaya internal hukum adil terhadap pelanggan, mitra kerja, dan sesama rekan kerja.
 3. Suka menarik tenaga kerja yang kreatif.
 - Mencari tenaga kerja yang aktif, ramah, sopan dan memiliki keahlian dalam bidangnya dengan baik, ulet serta berkeinginan untuk maju dalam mengembangkan usaha di bidang laundry khususnya pencucian pakaian.

Diferensiasi Rantai Nilai

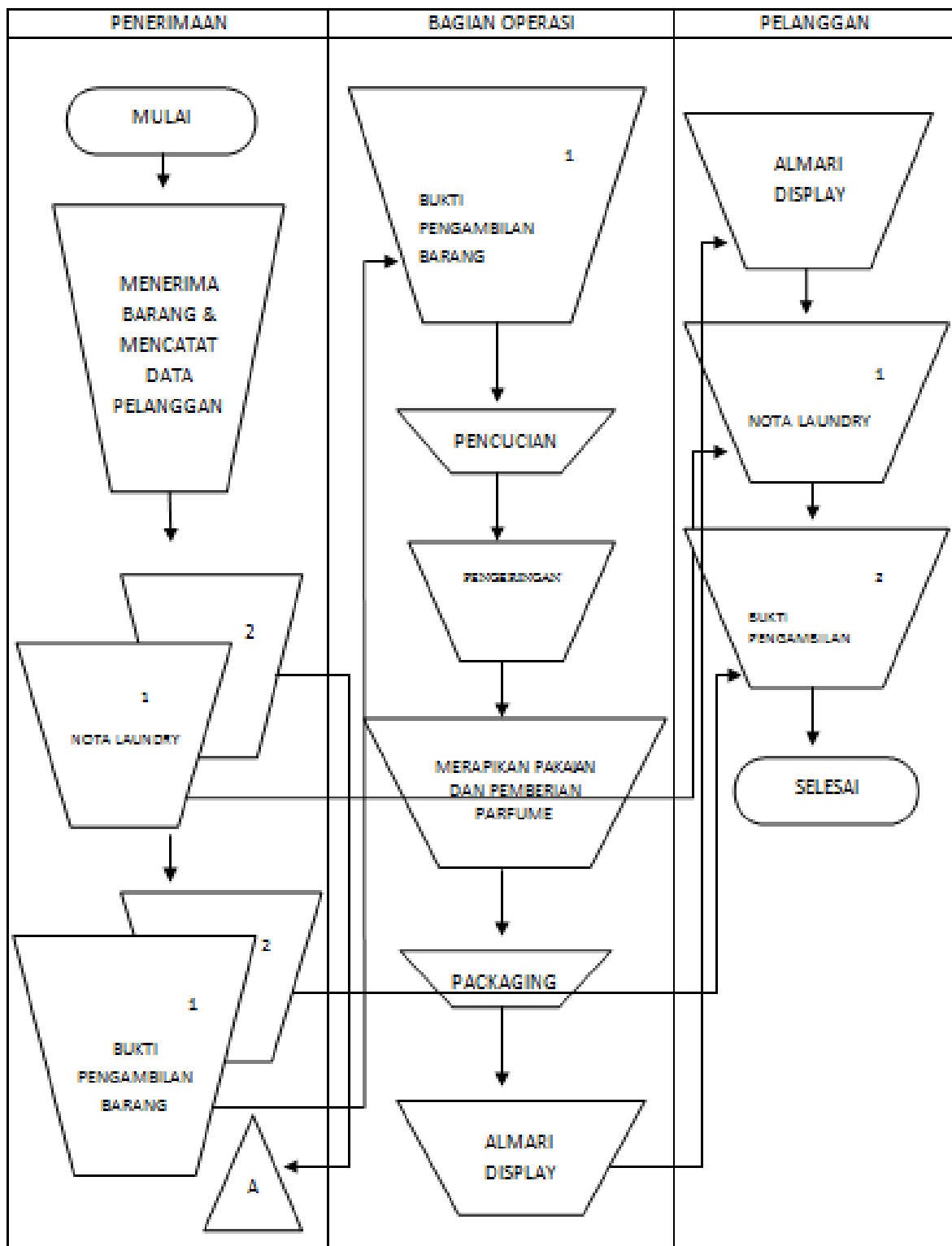
Model Rantai Nilai M. Porter RSUP :



Proses bisnis operasi :



SOP Operasi :



BAB III

PERENCANAAN STRATEGI BISNIS

A. Strategi pemasaran

1. Strategi Produk

Bisnis Laundry ini di didirikan karena alasan tuntutan zaman yang serba instan, kebutuhan akan jasa pencucian pakaian cepat, bersih dan rapi mulai memegang peran penting di masyarakat, terutama di musim penghujan, ketika kebanyakan rumah tangga akan sangat sulit untuk mencuci dan menjemur di saat jarang terdapat matahari. Kualitas pelayanan yang baik dari suatu usaha pencucian pakaian atau laundry merupakan hal paling utama dalam memberikan kepuasan kepada konsumen. Kualitas pelayanan yang baik juga dapat memberikan citra yang baik pada usaha laundry. Kualitas pelayanan dapat dilihat dari dimensi kehandalan, koresponsifan, jaminan, empati dan berwujud. Dalam bidang pemasaran, pengembangan suatu produk jasa sangatlah penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu bangsa. Jasa pada dasarnya bersifat tidak berwujud, maka setiap orang yang mengkonsumsinya memiliki pengalaman yang berbeda-beda terhadap produk yang sama. Untuk itulah kualitas jasa pelayanan harus menjadi hal yang terpenting karena kualitas sangatlah mempengaruhi terhadap kepuasan pelayanan konsumen.

2. Strategi Penetapan Harga

Dalam menentukan harga salah satunya yang kami pertimbangkan adalah harga yang merujuk pada target pasar dan pesaing. Target pasar kami adalah mahasiswa dan pelajar memiliki uang saku yang terbatas. Adapun jumlah pesaing dalam bisnis yang serupa di sekitar lokasi usaha kami cukup banyak, sehingga dalam penetapan harga El Je Laundry tidak menentukan pada harga yang tinggi. Untuk jenis pakaian (termasuk kaos, kemeja, celana) dihitung berdasarkan kilogram (kg), El Je Laundry menetapkan harga Rp. 6000/kg. Sedangkan, penawaran harga untuk non pakaian yang membutuhkan layanan cuci-setrika ini berbeda-beda. Adapun harga-harga untuk layanan cuci dan setrika non pakaian adalah:

Tabel 2.2 Harga Pencucian *non Pakaian*

No.	Jenis Barang	Harga Pencucian
1	Jas	Rp. 15.000/pc
2	Selimut Kecil	Rp. 10.000/pc
3	Selimut Besar	Rp. 15.000/pc
4	Bedcover Standard	Rp. 15.000/pc
5	Bedcover Besar	Rp. 23.000/pc
6	Sepatu	Rp. 15.000/pasan
7	Tas Kecil	Rp. 10.000/pc
8	Tas Besar	Rp. 15.000/pc
9	Boneka Kecil	Rp. 7.500/pc
10	Boneka Sedang	Rp. 10.000/pc
11	Boneka Besar	Rp. 15.000/pc
12	Karpet Kecil	Rp. 15.500/pc
13	Karpet Besar	Rp. 23.000/pc
14	Gordyn Kecil	Rp. 8.000/pc
15	Gordyn Sedang	Rp. 10.000/pc
16	Gordyn Besar	Rp. 15.000/pc

Bisnis El Je Laundry tempat yang berada di daerah pemukiman penduduk, seperti di daerah rumah kos atau rumah kontrakan.

3. Strategi Distribusi (Lokasi)

Bisnis El Je Laundry memilih tempat yang berada di daerah pemukiman penduduk, seperti di daerah rumah kos atau rumah kontrakan.

4. Strategi Promosi

Perusahaan akan melakukan strategi promosi menggunakan berbagai macam media promosi yang ada. Iklan yang disampaikan bersifat informative advertising. Metode yang paling sederhana dalam strategi promosi adalah dengan melakukan promosi dari mulut ke mulut. Perusahaan meyakini walaupun strategi ini sangat sederhana namun efektifitas penyampaian pesannya juga cukup signifikan. Strategi yang lain adalah melalui media promosi, seperti:

- 1) Dengan selebaran atau flyer, iklan murah dan dapat dilakukan untuk member informasi terhadap calon konsumen.
- 2) Dengan media banner yang akan di letakkan di berbagai tempat strategis yang tentunya pesan atau isinya dapat tersampaikan kepada calon konsumen.
- 3) Poster akan di tempel di berbagai tempat yang dapat terbaca oleh calon konsumen.

- 4) Spanduk akan di letakkan pada tempat-tempat yang dinilai efektif dalam menyampaikan pesan yang akan terkandung di dalamnya.
- 5) Koran yang dipilih adalah Koran lokal yang sesuai dengan segmen pasar yang akan dicapai oleh perusahaan.
- 6) Radio. Media radio ini adalah salah satu media informasi yang cukup informatif untuk mencapai calon konsumen.

Melalui media-media komunikasi dan special offers (tawaran-tawaran spesial) tersebut, perusahaan berharap informasi-informasi yang disampaikan akan dapat ditangkap oleh calon konsumen. Dengan melakukan promosi di media-media iklan tersebut perusahaan juga bertujuan untuk menciptakan brand awareness (kemampuan dari calon konsumen untuk mengenali atau menyebutkan kembali suatu merek) dan memperkenalkan produk.

B. ANALISIS PESAING

Pesaing (competitor) merupakan faktor penting dalam menyusun keberhasilan pemasaran kadang kala kita merasa bahwa produk/jasa yang kita ciptakan sudah baik, akan tetapi perusahaan lain mungkin menciptakan produk yang lebih baik. Apalagi pada era copycat ini orang tinggal gampang meniru dan membuat produk dengan lebih baik serta lebih murah dari produk yang di tirunya.

Persaingan dalam usaha ini memang sudah sangat ramai, baik oleh laundry-laundry kecil hingga laundry-laundry yang bisa dikatakan sudah cukup besar dan memiliki nama. Dengan berbekalkan pelayanan yang baik serta harga layanan yang terjangkau, usaha ini diyakini dapat memiliki market growth yang tinggi. Terlebih potensi pasar untuk jasa laundry ini sangat besar sehingga dengan memberikan layanan yang baik, konsumen potensial akan didapatkan dan meningkatkan tingkat pertumbuhan pasar dari laundry ini.

Table 2.3 Analisis Pesaing

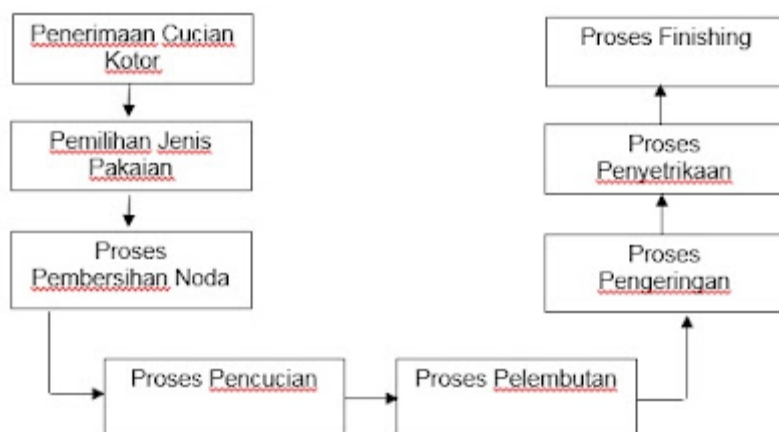
PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Galah Laundry	Letaknya yang strategis berada tepat didepan Kampus UMSU.	Harga yang di tawarkan mahal.
Bjb Laundry	Tampilan fisik yang menarik.	Hasil pencucian kurang bersih.
Mitta Laundry	Harga yang murah.	Perawatan Baju warna yang kurang baik, sehingga banyak pelanggan yang kecewa.

C. ASPEK PRODUKSI

1. Proses kerja

Tahap-tahap proses kerja pada bisnis laundry ini adalah sebagai berikut:

- a. Penerimaan cucian kotor, meliputi: penimbangan dan penandaan cucian.
- b. Pemilihan jenis pakaian yaitu memisahkan pakaian putih dan bukan, pakaian bernoda berat yang memerlukan proses penghilangan noda khusus atau dengan menggunakan mesin spotting.
- c. Proses pembersihan noda (spotting laundry processing) pada bagian kerah kemeja atau lengan bawah (ketiak) dan pada noda-noda khusus, seperti: noda oli, noda darah, noda tinta, dll.
- d. Proses pencucian dengan menggunakan deterjen.
- e. Proses pelembutan dengan menggunakan softener.
- f. Proses pengeringan menggunakan mesin pengering pakaian.
- g. Proses penyetrikaan menggunakan setrika uap dan untuk pakaian yang berbahan khusus, seperti kain sutra, proses penyetrikaannya menggunakan mesin steamer.
- h. Proses finishing, pada tahapan ini pakaian yang telah selesai dicuci dan disetrika diberikan pewangi khusus laundry. Kemudian dikemas menggunakan plastik kemasan agar tetap rapi dan wangi hingga diambil oleh konsumen. Kemudian, cucian bersih yang telah selesai dikemas tersebut disimpan di lemari penyimpanan untuk memudahkan pengambilan.



Gambar 2.2 Tahap-tahap proses kerja pada bisnis laundry

2. Bahan Baku

Berikut ini adalah kebutuhan bahan baku untuk usaha laundry (per bulan).

Tabel 2.4 Bahan Baku

Nama Barang	Kebutuhan Rata-rata per Bulan		
	Unit	Harga/unit	Total Harga
Detergent Bubuk	20 Kg	8.500/Kg	170.000
Detergent Cair	5 liter	8.000/liter	40.000
Pewangi	6 liter	7.500/liter	45.000
Softener	6 liter	8.000/liter	48.000
Total			303.000

3. Peralatan

Berikut ini adalah kebutuhan peralatan untuk usaha laundry (per bulan).

Tabel 2.5 Peralatan

Nama Barang	Kebutuhan Rata-rata per Bulan		
	Unit	Harga/unit	Total Harga
Mesin Cuci	2 unit	2.500.000/unit	5.000.000
Mesin Pengering	1 unit	4.000.000/unit	4.000.000
Setrika Uap	1 unit	450.000/unit	450.000
Mesin Steamer	1 unit	1.500.000/unit	1.500.000
Mesin Spoting	1 unit	1.000.000/unit	1.000.000
Komputer	1 unit	2.500.000/unit	2.500.000
Total			14.450.000

4. Perlengkapan

Adapun perlengkapan yang dibutuhkan pada bisnis laundry ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.6 Perlengkapan

Nama Barang	Kebutuhan Rata-rata per Bulan		
	Unit	Harga/unit	Total Harga
Timbangan duduk	1 unit	40.000/unit	140.000
Hanger	5 lusin	15.000/lusin	75.000
Jepit pakaian	5 lusin	6.800/lusin	34.000
Botol Spray	2 Botol	8.000/botol	16.000
Ember	5 unit	20.000/unit	100.000
Keranjang	2 unit	35.000/unit	70.000
Nota Bon	500 set	180/set	90.000
Plastik (40x60)	3 kg	22.000/kg	66.000
Rak Baju	1 unit	150.000/unit	150.000
Alat Tulis kantor			100.000
Total			841.000

D. ANALISIS SDM

1. Kompetensi SDM

Kompetensi adalah ciri-ciri yang harus dimiliki oleh seseorang, sehingga dia dapat mencapai performansi prima dalam suatu bidang pekerjaan, jadi anda dapat menelusuri untuk bidang pekerjaan anda, karakteristik apakah yang diperlukan agar dapat mencapai prestasi. Misalnya, untuk bidang marketing, kemampuan untuk mempersuasi pelanggan. Untuk bidang keuangan, kemampuan membaca dan menganalisis laporan keuangan, dsb.

Adapun perencanaan Sumber Daya Manusia El Je Laundry meliputi aktivitas :

a. Job Analysis (analisis jabatan)

Job Analysis adalah proses untuk mempelajari dan mengumpulkan berbagai informasi yang berhubungan dengan suatu jabatan. Dengan kata lain, analisis jabatan dapat diartikan sebagai suatu proses yang sistematis untuk mengumpulkan, menganalisis data dan informasi suatu jabatan.

b. Penarikan (recruitment)

Penarikan (recruitment) adalah upaya mencari calon karyawan yang memenuhi syarat tertentu, sehingga perusahaan dapat memilih orang-orang yang paling tepat untuk mengisi lowongan yang ada.

c. Pelatihan dan Pengembangan

Bagi pelamar yang lulus seleksi, tetapi belum memiliki pengalaman kerja, sebelum ditempatkan, terlebih dahulu perlu diberikan pelatihan. Untuk meningkatkan produktivitas karyawan direncanakan program pelatihan dan pengembangan secara berkala tiap tahun.

2. Kompensasi

Kompensasi merupakan imbalan yang diterima karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Kompensasi penting diperhatikan oleh organisasi dalam rangka mempertahankan sumber daya yang profesional dan berkualitas. Dengan demikian, diperkirakan tidak ada karyawan yang keluar dalam perencanaan lima tahun beroperasinya El Je Laundry dan kualitas karyawan yang bekerja makin meningkat, sehingga meningkatkan tingkat produktivitas.

Tabel 2.7 Analisis Kebutuhan Kompetensi SDM

<u>Jabatan</u>	<u>Tingkat Pendidikan</u>	<u>Pengalaman Kerja</u>	<u>Keterampilan Khusus</u>
Bagian Penerimaan (Administrasi) dan Bagian Keuangan	Minimal Lulusan D3		<ul style="list-style-type: none"> – Bersifat jujur – Mampu mengoperasikan komputer
Bagian Pencucian	SMA/SMK	Minimal 6 bulan	<ul style="list-style-type: none"> – Bersifat jujur dan ramah – Memahami cara mencuci dengan benar
Bagian Penyetrikaan	SMA/SMK	Minimal 6 bulan	<ul style="list-style-type: none"> – Bersifat jujur – Memahami cara menyetrika dengan baik
Bagian Pemasaran	SMA/SMK	Minimal 6 bulan	<ul style="list-style-type: none"> – Ulet dan jujur – Mahir dalam berbicara – Ramah

3. Analisis Kebutuhan Pengembangan SDM

Untuk menciptakan kadar profesionalitas dalam melaksanakan misi perusahaan adalah tersedianya sumber daya manusia yang andal, pekerjaan yang terprogram dengan baik, dan waktu yang tersedia untuk melaksanakan program tersebut serta adanya dukungan dana yang memadai. Sedangkan, bagi seorang pimpinan yang profesional dituntut persyaratan, antara lain: mengelola seluruh potensi yang dimiliki oleh sumber daya yang tersedia (atau meningkatkan keandalan staf), bisa menempatkan staf sesuai dengan keterampilan dan keahlian (sehingga menghasilkan kinerja yang sinergis), dan mempunyai sikap disiplin terhadap waktu yang telah ditetapkan sebagai batas penyelesaian serta prioritas sebuah program, serta memberikan peluang bagi sistem untuk meningkatkan kesejahteraan.

Tabel 2.8 Analisis Kebutuhan Pengembangan SDM

<u>Jabatan</u>	<u>Jumlah Kebutuhan</u>	<u>Tenaga yang Tersedia</u>	<u>Tenaga yang harus Direkrut</u>
Karyawan Bagian Administrasi	1		1
Karyawan Bagian Operasional	2	2	
Karyawan Bagian Pemasaran	2	1	1
Jumlah	5	3	2

E. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

1. Strategi Produksi

Produk utama kami adalah jasa pencucian (laundry). Tidak seperti jasa pencucian pada umumnya, laundry umumnya menggunakan mesin, dimana mencuci dengan menggunakan mesin sering sekali mendapatkan keluhan karena kebersihannya, rusaknya warna dan bahan. Oleh karena itu, kami menawarkan jasa pencucian yang berbeda. Jasa pencucian kami menggunakan tenaga manusia terlatih untuk mencucinya, menjaga dan merawat bahan dan warna bahan, menjamin kebersihan hasil pencucian. Setelah pakaian dicuci kemudian jasa setrika juga disediakan sampai pakaian siap pakai. Selain jasa tersebut diatas, perusahaan juga memberikan fasilitas tambahan untuk antar jemput pakaian (delivery) dan service cepat (one day service). Produk layanan utama dan layanan tambahan diyakini dapat meningkatkan nilai produk terhadap konsumen.

2. Strategi Organisasi dan SDM

El Je Laundry akan melakukan perluasan usaha dan meningkatkan kuantitas ataupun kualitas sumber daya manusia dengan tujuan agar mempunyai kompetensi yang lebih baik.

3. Strategi Marketing

Strategi adalah suatu rencana untuk mencapai tujuan organisasi. Jasa laundry ini mempunyai strategi diferensiasi, dimana pelayanan jasa akan berkonsentrasi untuk mencapai kinerja yang terbaik dalam memberikan manfaat bagi pelanggan. Sasaran utama dari marketing ini adalah memperkenalkan kepada konsumen tentang jasa laundry yang menggunakan cara tradisional (manual) tetapi profesional. Dalam upaya marketing ini, diusahakan untuk meyakinkan konsumen bahwa jasa ini benar-benar berkualitas dan mereka dapat menerima. Untuk mencapai sasaran itu, maka perusahaan melakukan strategi untuk meningkatkan konsumen. Proses strategi ini dimulai dengan membangun interaksi dan komunikasi produk melalui periklanan. Kegiatan periklanan ini akan terus dievaluasi dengan melihat pengaruhnya terhadap brand awareness (kemampuan dari calon konsumen untuk mengenali atau menyebutkan kembali suatu merek). Strategi ini akan dilakukan secara periodik dan kontinu.

4. Strategi Keuangan

Untuk melakukan perluasan usaha, El Je Laundry ini akan menambah jumlah modal, dengan cara melakukan pinjaman Bank maupun dari Investor. Pada saat

melakukan rencana pembangunan sebuah usaha yang baru, akan dilakukan analisis keuangan yang berdasarkan kegiatan yang berkaitan di dalamnya. Analisis keuangan dilakukan supaya usaha dapat dijalankan dengan terkontrol dan terencana.

F. PEMANFAATAN IT

Dalam persaingan bisnis yang semakin keras dan ketat saat ini, IT memegang peranan penting dalam pengembangan bisnis. Teknologi kini semakin marak diperbincangkan karena diyakini dapat memberi keuntungan bersaing. Pemanfaatan IT dalam bisnis yaitu untuk meningkatkan kualitas informasi, control kinerja dan peningkatan layanan untuk memenangkan pasar. Dalam pengaplikasiannya, El Je Laundry gencar memanfaatkan IT untuk berpromosi, baik itu via situs jejaring sosial atau viablog.

Keunggulan bersaing ini dapat dicapai melalui banyak cara misalnya, harga terjangkau, kualitas terjamin, keramahan, kecepatan layanan, dan lain sebagainya. Berkaitan dengan pemanfaatan IT dalam perusahaan, keunggulan kompetitif mengacu pada penggunaan IT untuk meningkatkan kualitas informasi, kontrol kinerja perusahaan, dan peningkatan layanan untuk memenangkan pasar. Ide dasarnya adalah perusahaan menggunakan IT baik sebagai alat bantu maupun strategi yang tangguh untuk mengintegrasikan dan mengolah data dengan cepat dan akurat, serta untuk penciptaan produk layanan baru sebagai daya saing untuk menghadapi kompetisi.

Pemanfaatan sistem teknologi informasi memberikan tiga peran utama di dalam organisasi yaitu:

1. Meningkatkan efisiensi, yaitu menggantikan manusia dengan teknologi diproses produksi.
2. Meningkatkan efektivitas, yaitu menyediakan informasi bagi para manajer di organisasi untuk mendukung proses pengambilan keputusan dengan lebih efektif yang didasarkan dengan informasi yang akurat, tepat waktu, dan relevan sehingga mendapat hasil produksi yang akurat dan bebas dari cacat produksi yang diinginkan.
3. Meningkatkan komunikasi, yaitu mengintegrasikan penggunaan sistem teknologi informasi dengan menggunakan email dan chat.

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kritik

Perancangan Sistem Informasi Pelayanan Jasa Laundry Pada Kedai laundry ini merupakan suatu pengembangan dari system yang sudah ada, namun hanya saja system yang ada masih bersifat manual. Maka dari itu hasil pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Dengan adanya system informasi pelayanan system jasa ini, dapat membantu proses pengelolaan dan pencatatan data konsumen, serta pembuatan laporan pelayanan jasa laundry dilakukan dengan system yang terkomputerisasi sedangkan sebelumnya dilakukan secara manual.
2. Dengan adanya system informasi pelayanan jasa ini, dapat mempermudah pekerjaan pihak perusahaan dalam proses pembuatan nota laundry, yang sebelumnya masih diperlakukannya jasa tulis tangan dari pihak perusahaan.
3. Dengan adanya system informasi pelayanan jasa ini, dapat membantu pihak konsumen dalam melakukan pengecekan status laundry, yang sebelumnya konsumen yang diharuskan datang langsung ke tempat kedai laundry untuk melakukan pengecekan.

B. Saran

Adapun saran terhadap penggunaan sistem informasi pelayanan jasa

1. Untuk pihak kantor harus ada perawatan sistem agar bisa digunakan secara optimal.
2. Diharapkan sistem informasi pelayanan jasa yang dibuat ini, bisa dilakukan pengembangan sehingga menjadi aplikasi yang lebih baik.
3. Pengembangan aplikasi sistem informasi pelayanan jasa yang telah dibuat, yaitu dapat melakukan proses pembuatan laporan keuangan atau laporan laba/rugi.

DAFTAR PUSTAKA

Suryana. 2016. Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.

Widiastuti, R., dan Suryani, A. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Laundry di Kota Bandung. Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi. Vol.6, No.2. Desember 2019. Hal. 1-10. E-ISSN 2528-6283.

Prasetyo, A., dan Wijaya, A. 2020. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Laundry di Kota Surabaya. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. Vol.21, No.1. April 2020. Hal. 1-14. E-ISSN 2549-3585.

Kurniawan, D., dan Setiawan, B. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Usaha Laundry di Kota Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Vol.7, No.4. Oktober 2018. Hal. 1-10. E-ISSN 2548-4923.

Putri, R.A., dan Sari, D.P. 2019. Strategi Pemasaran Berbasis Customer Relationship Management pada Usaha Laundry di Kota Yogyakarta. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis. Vol.16, No.2. Desember 2019. Hal. 1-12. E-ISSN 2614-4654.