

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada dunia bisnis atau usaha pemasaran adalah suatu hal yang sangat penting, karena jika suatu bisnis atau usaha tidak memiliki pemasaran yang bagus maka kemajuan suatu usaha atau bisnis juga tidak akan mengalami pergerakan yang sangat signifikan. Pemasaran merupakan kunci utama bagi suatu usaha atau bisnis, karena sebagus apapun produk atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku bisnis tidak akan memberikan dampak positif bagi bisnis tersebut jika tidak memiliki sistem pemasaran yang bagus. Sehubungan dengan fungsi yang sangat penting, maka pemasaran dinilai sangat ber

pengaruh terhadap perkembangan suatu bisnis atau usaha. Dalam suatu bisnis yang berskala kecil pemasaran akan dilakukan langsung oleh *owner* dari suatu bisnis atau usaha tersebut, karena *owner* lah yang akan menjadi pelaku utama tanpa adanya struktur organisasi pada bisnis tersebut. Agar pemasaran bisa berjalan dengan bagus dan terencana maka *owners* perlu melakukan pendekatan dan analisa strategi pemasaran. *Station laundry* adalah suatu usaha yang bergerak dalam bidang jasa yang terletak di Jl. Gajah Mada no.7 Kelurahan. Kampung Olo. Kec. Nanggalo, Kota Padang yang dikelola langsung oleh pemiliknya.

Perkembangan teknologi dan ekonomi yang begitu pesat mengakibatkan banyaknya berdiri usaha kecil yang bergerak di bidang jasa *laundry* di tengah masyarakat sehingga banyak usaha mengalami persaingan sangat tinggi dan kompetitif. Pendirian usaha jasa *laundry* semakin berkembang meski tengah dihadapkan pada masa pandemi Covid-19, karena usaha ini dinilai cukup ekonomis dan bisa dilakukan oleh siapa saja. Kondisi ini dibuktikan dengan semakin meningkatnya jumlah usaha jasa *laundry* yang mana pada saat ini sudah mencapai 25 unit *laundry* dalam radius 1 KM dari posisi *station laundry*, hal ini mendorong persaingan yang sangat ketat dan menimbulkan berbagai permasalahan kepada pelaku usaha, sehingga diperlukan inovasi bagi pemilik

demikian mendapatkan pelanggan atau konsumen, agar usaha tersebut bisa bertahan dalam persaingan pasarnya.

Dalam kondisi persaingan yang semakin tinggi diperlukan untuk pelaku usaha menyesuaikan diri dengan perkembangan permintaan yang dinamis serta selalu memahami keinginan dan kebutuhan dari konsumen. Ancaman pada dunia usaha terus semakin bertambah akibat adanya kondisi pandemi Covid-19 sehingga memberikan dampak yang signifikan pada berbagai sektor baik usaha berskala kecil maupun skala besar. Dampak yang terjadi yaitu penurunan pendapatan bahkan berujung pada penutupan usaha akibat mengalami kerugian yang begitu lama. Hal ini terjadi karena adanya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang berdampak pada diliburkannya seluruh aktifitas pekerjaan maupun proses belajar-mengajar. Sehubungan dengan semakin tingginya tingkat acuan bagi kemajuan suatu bisnis, agar tidak terjadinya kondisi yang bisa merugikan usahanya diperlukan *owner* untuk melakukan terobosan baru serta evaluasi terhadap usaha yang sedang dijalani, hingga saat ini *station laundry* mengalami penurunan volume penjualan yang sangat drastis dan akan memberikan dampak yang sangat fatal. Pada 1 tahun terakhir penjualan *station laundry* mengalami penurunan yaitu dari bulan agustus 2019 *station laundry* berhasil mendapatkan jumlah penjualan sebesar 2.073. 887 kg, sering jalannya waktu jumlah penjualan *station laundry* semakin menurun, hal ini dibuktikan dengan jumlah penjualan pada bulan juli 2020 penjualan *station laundry* hanya mencapai 1.189,735 kg.

Dalam meminimalisir resiko yang akan datang perlu dilakukan pengkajian oleh *owner* baik kondisi internal maupun kondisi eksternal agar usahanya tidak mengalami penurunan atau kegagalan. Dalam mengatasi permasalahan yang terjadi diperlukan kepada *owner* untuk melakukan pengkajian khusus dan evaluasi dalam menghadapi segala kondisi yang akan terjadi yang salah satunya yaitu dengan menggunakan analisa strategi pengelolaan usaha menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi (Rangkuti, 2002). Menurut (Erika, 2010) Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Analisis SWOT juga berfungsi untuk mengetahui posisi suatu usaha atau bisnis. Karena fungsi SWOT dinilai penting dan sangat berpengaruh pada kemajuan bisnis atau usaha sehingga dirasa perlu adanya analisa SWOT agar dapat membantu *owner* dalam mengelola dan meningkatkan produktifitas penjualan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka dilakukanlah penelitian menggunakan analisa strategi pengelolaan dengan metode analisis SWOT yang difokuskan terhadap bisnis atau usaha, karena tingkat persaingan yang sangat tinggi dan belum memiliki strategi pemasaran yang optimal serta penjualan dan pendapatan yang semakin menurun.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan utama yang ingin dicapai dari penelitian tugas akhir, yaitu mengembangkan strategi pengelolaan serta pemasaran usaha *laundry*, adapun sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kekuatan & kelemahan (kondisi internal) serta peluang dan ancaman (kondisi eksternal) pada *station laundry*.
2. Mengembangkan strategi usaha *station laundry*.
3. Mendeskripsikan strategi usaha yang optimal dan terarah.

1.4 Batasan Masalah

Dalam pembuatan tugas akhir diperlukan adanya batasan masalah sebagai acuan dan agar lebih terarah. Berikut merupakan batasan-batasan masalah pada penelitian ini:

1. Kajian difokuskan/dilakukan pada usaha atau bisnis *laundry*.
2. Penelitian dilakukan di kota Padang, pada tahun 2020.
3. *Tools* dan instrumen yang digunakan dalam mengembangkan strategi adalah dengan metode SWOT.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam pembuatan laporan Tugas Akhir yang lebih baik diperlukan sistematika penulisan yang jelas, berikut sistematika penulisan dalam penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan penjelasan dan gambaran permasalahan secara umum yang menjadi latar belakang dalam pembuatan tugas akhir, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori pendukung yang digunakan sebagai pedoman dan acuan dalam melakukan penelitian agar penelitian berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan penelitian pendahuluan, pendekatan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data dan sampel yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan tentang profil perusahaan (usaha), pengumpulan data serta pengolahan data tentang analisa strategi pengelolaan usaha.

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dilakukan evaluasi terhadap hasil strategi pemasaran yang didapatkan setelah dilakukan penelitian.

BAB VI PENUTUP

Berisikan tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan saran yang dapat diberikan kepada *owner*.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN