

ANALISIS STRATEGI PERSAINGAN USAHA LAUNDRY SEPATU DI KOTA LHOKSEUMAWE

(Studi Pada Laundry Sepatu Zenmen)

Thalita Nabila¹⁾, Nursanjaya²⁾

^{1,2}Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh
Email : Nursanjaya@unimal.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine the competitive strategy of the shoe laundry business in Lhokseumawe City, a case study at Zenmen Shoe Laundry. This research uses descriptive research, which is descriptive qualitative in nature. The methods for collecting data used in this research are observation, interviews, documentation and triangulation methods. The data analysis technique used is in three stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions/verification. The results of this research show that the appropriate competitive strategy for Laundry Zenmen in facing competition between other laundry service businesses is to expand market share, maintain and maintain consumer loyalty, improve services for consumer satisfaction, carry out advertising and promotions effectively. Of the existing strategies, all of them are the core of a market strategy where the company increases its sales of available products and markets through more aggressive marketing efforts.

Keywords: *Competitive Strategy and Laundry Shoes.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Persaingan Usaha Laundry Sepatu Di Kota Lhokseumawe Studi Kasus Pada Laundry Sepatu Zenmen. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, yang bersifat kualitatif deskriptif. Metode dalam pengambilan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu metode observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi. Teknik analisis data yang dilakukan yaitu dengan tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bersaing yang tepat untuk Laundry Zenmen dalam menghadapi persaingan antar usaha jasa laundry yang lain adalah memperluas pangsa pasar, menjaga dan mempertahankan loyalitas konsumen, meningkatkan pelayanan demi kepuasan konsumen, melakukan periklanan dan promosi secara efektif. Dari strategi yang ada kesemuanya merupakan inti dari strategi pasar yang dimana perusahaan meningkatkan penjualannya atas produk dan pasar yang telah tersedia melalui usaha-usaha pemasaran yang lebih agresif.

Keywords: *Strategi Persaingan dan Laundry Sepatu.*

PENDAHULUAN

Persaingan adalah keadaan ketika organisasi berperang atau berlomba untuk mencapai hasil atau tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat *survey* atau sumber daya yang dibutuhkan. Untuk memenangkan persaingan ini maka dibutuhkan strategi bersaing

yang tepat dan bahkan membutuhkan suatu inovasi-inovasi yang baru yang dapat membuat sebuah usaha mampu bertahan di lingkungan persaingan yang semakin ketat.

Dalam menjalani persaingan yang ada pelaku usaha bisnis dituntut untuk menetapkan strategi bersaing agar dapat mempertahankan eksistensi usahanya dalam lingkungan persaingan. Bisnis Laundry merupakan salah satu jenis UKM dalam industri rumahan bidang jasa yang sedang berkembang saat ini. Laundry menyediakan jasa pencucian dari mulai proses pencucian hingga pengeringan dan hingga tahap penyelesaian dan setelah itu akan diberikan kembali kepada konsumen dengan barang yang sudah bersih sesuai dengan yang diharapkan. Permintaan tentang Laundry ini semakin meningkat terutama bagi para pekerja atau pegawai hingga mahasiswa yang memiliki kesibukan setiap harinya. Sehingga jasa Laundry menjadi salah satu alternatif untuk menghemat waktu dalam melakukan pekerjaan. Disamping itu bisnis Laundry merupakan suatu bisnis yang tergolong mudah karena resiko yang dihadapi minim dibandingkan bisnis lainnya. Bisnis Laundry juga dapat dilakukan di rumah sendiri sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya yang banyak untuk menyewa tempat melakukan bisnis ini.

Saat ini banyak dibukanya jasa laundry diberbagai tempat Salah satunya adalah laundry sepatu. Laundry sepatu merupakan usaha yang baru dibandingkan dengan laundry pakaian oleh karena itu pemilik usahanya masih sedikit dibandingkan laundry pakaian, dan usaha Laundry sepatu ini hal yang masih baru di provinsi Aceh, dan saat ini hanya dibuka di kota-kota besar di Provinsi Aceh salah satunya yang berada di Kota Lhokseumawe, yaitu Jasa Laundry Sepatu Zenmen dan usaha sejenisnya yaitu Jasa Laundry Sepatu Cffnd Sebagai sebuah perusahaan yang bergerak di bidang industri Jasa. Laundry Sepatu Zenmen dan usaha sejenisnya Laundry Sepatu Cffnd melakukan berbagai upaya guna meningkatkan produktifitas dalam penjualan jasanya. Dalam mencapai penjualan jasa yang maksimal sebuah usahanya hasil produk dari jasa yang dihasilkan harus memiliki keunggulan masing-masing.

Dalam menciptakan strategi bersaing maka Laundry Sepatu Zenmen dan usaha sejenisnya yaitu Laundry Sepatu Cffnd perlu untuk mengetahui kondisi lingkungan internal yaitu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki maupun lingkungan eksternalnya yaitu peluang dan ancaman yang dimiliki dan kualitas pelayanan yang diterapkan. Terutama dalam menghadapi para pesaing-pesaingnya, maka Laundry Sepatu Zenmen dan Laundry Sepatu Cffnd harus memanfaatkan

keunggulannya untuk melakukan persaingan sehingga memiliki daya saing yang tinggi dari masing-masing laundry. Dan strategi persaingan yang tepat dengan menemukan faktor-faktor internal maupun eksternal dan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi tingkat keberhasilan strategi.

Dari pengamatan yang dilakukan peneliti jasa Laundry Sepatu di Kota Lhokseumawe tinggi tingkat persaingannya. adanya tumbuh usaha Laundry Sepatu yang baru sehingga usaha Laundry Sepatu yang lama yang berkurang pelanggan karena kalah bersaing dan juga karna faktor - faktor yang lain.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk menganalisa strategi bersaing yang digunakan oleh Laundry Sepatu Zenmen untuk menghadapi persaingan. Sehingga pada penelitian ini, penulis mengambil judul “ **Analisis Strategi Persaingan Usaha Laundry Sepatu Di Lhokseumawe (Studi Kasus Pada Laundry Sepatu Zenmen Kota Lhokseumawe).**”

TINJAUAN PUSTAKA

Persaingan

Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis. Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu competition yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. Sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari 2 pihak/lebih perusahaan yang masing-masing bergiat “memperoleh pesanan” dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk pemotongan harga, iklan/promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar.

Menurut Kuncoro (2005) Persaingan adalah keadaan ketika organisasi berperang atau berlomba untuk mencapai hasil atau tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.

Strategi

Menurut Chandler (1962) seperti yang dikutip oleh (Rangkuti, 2006), strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber dana. Ada tiga komponen penting dalam definisi Chandler ini, yaitu adanya tujuan dan sasaran, adanya cara bertindak, dan alokasi sumber daya manusia untuk mencapai tujuan itu.

Menurut David & Thomas (2003) Strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing.

Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama ke dalam daftar yang terorganisir dan biasanya disajikan dalam bilah kisi-kisi yang sederhana. *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) adalah berasal dari internal perusahaan. hal-hal yang dapat dikontrol dan dapat berubah. Contohnya termasuk siapa yang ada di tim perusahaan, paten dan properti intelektual, dan lokasinya.

Opportunities (peluang) dan *Threats* (ancaman) adalah hal eksternal yang mempengaruhi bisnis atau hal-hal yang terjadi di luar perusahaan pada pasar yang lebih besar. Perusahaan dapat memanfaatkan peluang dan melindungi dari ancaman, tetapi Anda tidak dapat mengubahnya. Contohnya termasuk pesaing, harga bahan baku, dan tren belanja pelanggan. Teknik ini dibuat oleh Albert Humphrey, yang memimpin proyek riset pada Universitas Stanford pada dasawarsa 1960-an dan 1970-an dengan menggunakan data dari perusahaan-perusahaan Fortune 500. Ketika melakukan analisis SWOT, akan mempelajari strategi yang solid untuk memprioritaskan pekerjaan yang perlu dilakukan untuk mengembangkan bisnis.

Faktor Internal

Menurut Gluek dan Jauch (2000) Lingkungan internal adalah proses di mana strategi mengkaji faktor internal (kekuatan dan kelemahan) untuk menentukan di mana perusahaan

memiliki kekuatan dan kelemahan yang dapat dilihat, sehingga dapat mengelola peluang secara efektif dan menghadapi ancaman yang terdapat dalam lingkungan. Jadi dapat dikatakan lingkungan internal dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki suatu perusahaan.

Faktor Eksternal

Menurut David (2011) Analisis lingkungan eksternal adalah suatu proses yang digunakan oleh perencana strategi utama untuk mengevaluasi sektor lingkungan dalam menentukan peluang atau ancaman terhadap perusahaan. Kekuatan eksternal mempengaruhi dan dipengaruhi setiap perusahaan, organisasi dan individu. Faktor eksternal biasanya adalah hal-hal yang tidak dikendalikan. Ini seperti tren pasar, tren ekonomi, pendanaan, demografi, hubungan dengan pemasok, hingga peraturan politik, lingkungan dan ekonomi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis strategi bersaing laundry sepatu di kota Lhokseumawe. Penelitian ini dilakukan di laundry sepatu zenmen yang beralamatkan di Jl. Darussalam, Gang Rahmat No. 21 Kampung Jawa Baru Kota Lhokseumawe dan usaha sejenisnya Laundry Sepatu Cffnd Di JL. Darussalam di depan RSUD Bunda Kota Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deksriptif. Penelitian ini menggunakan data primer yang dihasilkan dari informan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi, dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini pemeriksaan atau pengecekan keabsahan data menggunakan Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Internal

Hasil dari penelitian ini menunjukkan Strategi Pemasaran yang digunakan laundry sepatu Zenmen untuk menghadapi persaingan antar usaha sejenis sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan informan:

“yakni yang pertama menganalisa apa yang menjadi kebutuhan pasar saat ini dan yang lagi trend dan minim pesaing dan banyak dibutuhkan seperti laundry sepatu,

kemudian proses pelayanan yang menjadi daya tarik seperti apa ditawarkan, membuat kreatifitas didalamnya, menentukan produk jasa usaha dengan tarif yang sesuai dengan keinginan konsumen, menentukan lokasi yang strategis untuk usaha dan layanan service di dalamnya, promosi yang bagaimana ditawarkan agar menarik banyak pelanggan seperti melakukan promosi di sosial media yang sudah seperti kebutuhan pada masa sekarang, memiliki sumber daya manusia atau karyawan yang memiliki keterampilan dan pengetahuan yang sesuai dan berpengalaman dibidangnya, dan alat penunjang seperti apa yang perlu disiapkan” (Ww.01.DR.2-08-2023).

Pembahasan diatas sama seperti penelitian terdahulu yaitu Analisis Strategi Pengembangan Usaha Laundry Sepatu D’estilo Makassar Dalam Peningkatan Pendapatan Tinjauan Ekonomi Islam disusun oleh Putri NurAsalya (2019). Penelitian ini sama-sama membahas tentang strategi Pemasaran yang di gunakan dalam menghadapi persaingan terhadap usaha sejenis.

Adapun bentuk dari produk jasa yang ditawarkan, sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan lengkap dalam transkrip berikut ini:

“Untuk produk produk yang kami tawarkan ada beberapa macam seperti ; Quick Clean (cuci cepat bersih) yang hanya mencuci bagian luar sepatu dan prosesnya cepat dan boleh di tunggu,ada Deep Clean (sangat bersih) yang merupakan produk inti yang membuat sepatu yang awalnya kotor dan kusam akan tampak seperti terlihat baru kembali setelah di cuci,ada juga Recolour (mengganti warna sepatu),Repaint (mengecat ulang warna sepatu),Spesial Treatment (perawatan spesial) yang khusus untuk sepatu kulit dan sepatu putih,dan Waterproof (anti air) untuk treatment pelapis anti air pada sepatu. Semua itu memilki harga yang beragam sesuai kebutuhan konsumen” (Ww.01.DR.2-08-2023).

Sesuai dengan pernyataan salah satu konsumen yaitu Farah yang menyatakan:

“Menurut saya semua produk jasa yang di tawarkan oleh Zenmen sudah sangat sesuai dengan kebutuhan saya sebagai konsumen. Karena di dalam sudah memenuhi semua perawatan sepatu” (Ww.01.Frh.2-08-2023).

Berdasarkan penjelasan di atas kita dapat melihat bahwa usaha jasa yang ditawarkan cukup beragam dan banyaknya produk jasa yang ditawarkan dapat membantu konsumen dalam merawat sepatu mereka, konsumen mendapatkan kebersihan dan sepatu yang terlihat seperti baru lagi, sepatu tampil lebih indah, dan lebih nyaman saat dipakai.

Pembahasan juga sama seperti penelitian terdahulu yaitu Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Bersaing Pada Usaha Della Laundry (Studi Pada Della Laundry, Semarang) disusun oleh Erliningtias (2020). Penelitian ini sama-sama membahas tentang kelengkapan produk yang ditawarkan pada sebuah usaha agar konsumen merasa puas dengan adanya usaha tersebut.

Adapun bentuk dari strategi yang digunakan oleh laundry zenmen, sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan lengkap dalam transkrip berikut ini:

“Agar usaha kami berkembang dan menarik pelanggan kami melakukan beberapa promosi disosial media dan menawarkan seperti: setiap konsumen yang membawa 5 pasang sepatu sekaligus akan mendapatkan potongan harga sebesar 30% untuk produk jasa cuci sepatu quick clean dan deep clean, kami juga memberikan promosi berupa setiap konsumen yang sudah mencucikan sepatunya disini sebanyak 10x akan mendapatkan layanan 1x cuci gratis untuk sepasang sepatu dan yang terakhir kita memberikan layanan garansi apabila konsumen mendapatkan sepatunya masih kotor akan di cuci kembali dan biayanya gratis” (Ww.02.DR.5-08-2023).

Berdasarkan pernyataan Deddy Rahmat peneliti dapat menyimpulkan bahwa memberikan penyediaan pelayanan yang spesial itu seperti potongan harga juga sangat membantu dalam meningkatkan daya tarik usaha itu sendiri salah satu dari strategi bersaing dalam menghadapi pesaing.

Zenmen memberikan promo untuk pelanggan yang mencuci banyak dan pelanggan tetap, usaha agar pelanggan mengundang konsumen lain, untuk menambah daya tarik konsumen, menurut peneliti ini sebuah trick market yang bagus untuk sebuah pengembangan usaha dengan adanya pemberian bonus dari sebuah usaha tersebut. Usahanya akan mendapatkan manfaat yaitu, manfaat jangka panjang dimana konsumen dan pelanggan tidak akan lari dari usaha jasa yang di tawarkan.

Pembahasan diatas sama seperti penelitian terdahulu yaitu Strategi Keunggulan Bersaing Pada Diva Laundry Dalam Menghadapi Persaingan Antar Usaha Jasa Laundry Di Mojokerto disusun oleh Jeffry Andriana Sulistiyo Eko (2018). Penelitian ini sama-sama membahas tentang salah satu strategi pengembangan usaha dengan melakukan ada nya gift dari sebuah usaha untuk menarik minat pelanggan.

Adapun bentuk dari logo zenmen sendiri, sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan lengkap dalam transkrip berikut ini:

“Kami mempunyai logo dari Laundry Zenmen sendiri dan plastik yang berlogo dari Zenmen, kami juga menjual Parfum sepatu yang merupakan brand dari kami sendiri” (Ww.02.DR.5-08-2023).

Setelah mewawancarai Deddy rahmat, peneliti juga menemui salah satu pelanggan laundry zenmen yaitu Ifa Ridani, hasil wawancara dengan ifa ridani adalah sebagai berikut:

“Menurut saya bukti fisik yang dimiliki oleh laundry zenmen sudah sangat memadai dan cukup menarik, saya sebagai konsumen merasa sangat puas saat menggunakan jasa dari laundry zenmen”. (Ww.06.Ir.5-08-2023).

Berdasarkan penjelasan diatas Mereka mempunyai brand dan logo tersendiri yang dimana orang langsung mengetahui bahwa logo tersebut bermerek zenmen. Kemudian berdasarkan wawancara dengan konsumen zenmen mereka sangat puas dengan bukti fisik yang ada pada laundry zenmen.

Sesuai dengan hasil wawancara konsumen dengan peneliti tentang bagaimana pihak laundry Zenmen menanggapi dengan baik keluhan dari konsumen, bahwa:

“Ya jelas karena setiap kita komplein mengenai masalah sepatu pihak Zenmen menanggapi dengan cepat buktinya dengan memberikan garansi” (Ww.02.Ts.5-08-2023).

Berdasarkan pembahasan di atas bagaimana Zenmen cepat dalam menanggapi dengan baik keluhan dari konsumen. Ini merupakan salah satu strategi usaha yang dimana membuat para konsumen tidak kabur dan tetap menyukai pelayanan dari usaha jasa tersebut.

Pembahasan diatas sama seperti penelitian terdahulu yaitu Analisis Strategi Pengembangan Usaha Laundry Sepatu D'estilo Makassar Dalam Peningkatan Pendapatan Tinjauan Ekonomi Islam disusun oleh Putri NurAsalya (2019). Penelitian ini sama-sama

membahas tentang ketanggapan dalam sebuah usaha agar konsumen tidak merasa kecewa dan menjadi pelanggan tetap pada usaha tersebut.

Dalam menjalankan usaha laundry Zenmen juga memiliki empati kepada para pelanggannya, sebagaimana dibahas dalam wawancara berikut ini:

“disaat kami merasakan atau memahami perasaan dari pelanggan dan memberikan kebutuhan pelanggan yang sesuai dengan keinginan mereka” (Ww.02.DR.5-08-2023).

Selain Deddy Rahmat peneliti juga mewawancarai Lutfani Annisa selaku konsumen dari laundry zenmen, Lutfani mengatakan:

“saya sebagai seorang pelanggan dari laundry zenmen sangat merasa puas dengan karna zenmen selalu mementingkan kepentingan pelanggan, meskipun ada pelanggan yang datang pada saat laundry akan di tutup tetap dilayani dengan baik, demi menjaga perasaan dan menghargai konsumen yang sudah datang ke laundry”. (Ww.05.La.5-08-2023).

Berdasarkan pembahasan diatas Zenmen menggunakan empati dalam usahanya untuk pelanggan, guna agar pelanggan merasa nyaman dan juga merasa dihargai disaat menggunakan jasa dari laundry Zenmen tersebut.

Faktor eksternal

faktor eksternal yang berpengaruh terhadap laundry Zenmen akan dibahas dalam wawancara berikut:

“faktor eksternal penghalang kami dalam laundry sepatu ini adalah cuaca jika musim hujan kami sangat kewalahan dan membutuhkan waktu ekstra dalam pengeringan sepatu dengan menggunakan hairdryer dan keuntungan untuk kami jika musim panas sangat mempersingkat waktu dalam pengeringan sepatu yang kami lakukan” (Ww.02.DR.5-08-2023).

Berdasarkan penjelasan diatas cuaca merupakan hal yang sangat mempengaruhi dari laundry sepatu ini, seharusnya laundry sepatu harus memiliki alat pengering khusus selain hairdryer agar apapun kondisi cuaca tidak mempengaruhi dari jalannya usaha laundry ini.

Pembahasan diatas juga berdasarkan dari penelitian terdahulu yaitu Analisis Strategi Bersaing pada UMKM Laundry disusun oleh Listia Yuniarti (2017). Penelitian ini sama-sama

membahas tentang kekuatan dan kelemahan dari faktor eksternal yang mempengaruhi sebuah usaha.

Dalam menjalankan usaha laundry Zenmen juga memperhatikan Partisipan atau karyawan yang di pekerjakannya agar konsumen percaya dan puas dengan jasa yang kami berikan dan dimana ini menjadi sebuah keunggulan sebagaimana dibahas dalam wawancara berikut ini:

“Laundry sepatu ini biasa berjalan oleh karena sebab konsumen membutuhkan tenaga ahli yang berpengalaman menangani pembersihan sepatunya. Bukan hanya sekedar menghilangkan kotoran yang ada pada sepatunya saja namun lebih dari itu mereka juga menginginkan sepatu kesayangannya selalu terjaga keindahannya sehingga bisa selalu tampil maksimal saat digunakan. Dan saya mengatakan kepada karyawan saya untuk tidak membuang waktu dan menunda-nunda pekerjaan, Maka dari itu saya memilih orang yang memiliki keterampilan dan pengetahuan khusus seputar bahan sepatu yang digunakannya, dan sabar juga ramah kepada pelanggan dan saya memilih orang yang menurut saya cocok untuk itu” (Ww.02.Dr.5-08-2023).

Berdasarkan pembahasan diatas Zenmen memilih memperkerjakan orang yang ahli dalam bidang mencuci sepatu dan paham akan sepatu, ini sangat membantu dalam menjalankan usaha laundry dan juga membuat pelanggan merasa aman dengan mempercayakan laundry tersebut.

Teknologi merupakan sebuah alat yang sangat mempengaruhi dalam malakukan usaha laundry, seperti yang akan dibahas dalam wawancara berikut ini:

“Semua hal sekarang menggunakan teknologi apa lagi kami laundry sepatu pasti menggunakan teknologi dalam melakukan pencucian kami menggunakan hairdryer, dalam melakukan promosi kami menggunakan handphone, dan semua itu teratasi dengan adanya teknologi” (Ww.02.Dr.5-08-2023).

Berdasarkan pembahasan diatas laundry zenmen menggunakan teknologi dalam menjalankan usahanya, sebagaimana pembahasan, zaman sekarang ini semua nya menggunakan teknologi sehingga semua hal menjadi mudah diakses dimasa kini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi bersaing usaha jasa Laundry Sepatu Zenmen dalam persaingan usaha sejenis, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi-strategi yang dilakukan oleh usaha jasa Laundry Sepatu Zenmen awalnya menganalisa apa yang menjadi kebutuhan pasar kemudian memberikan proses pelayanan yang baik sehingga menarik pelanggan, memberikan tarif yang sesuai dengan keinginan konsumen lalu menyediakan tempat yang cukup strategis dan menggunakan sumber daya manusia yang cukup terampil di bidangnya sehingga menambah daya tarik konsumen juga menyiapkan alat penunjang agar lebih memaksimalkan produk jasa yang ditawarkan dan juga melakukan promosi seperti di sosial media. Dalam menjalankan usaha juga pasti akan mengalami ancaman yang akan di khawatirkan kedepannya seperti kelalaian yang bisa mengakibatkan turunnya kepercayaan pelanggan. Dari beberapa cara pemasaran jasa, dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang di berikan kepada konsumen menjadi pemasaran paling tepat bagi bisnis jasa.
2. Dari hasil analisis dan pembahasan, faktor yang menjadi keunggulan Laundry Zenmen yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing dalam menghadapi persaingan antar usaha jasa laundry yaitu faktor harga.
3. Berdasarkan strategi bersaing yang telah dibuat, strategi bersaing yang tepat untuk Laundry Zenmen dalam menghadapi persaingan antar usaha jasa laundry yang lain adalah memperluas pangsa pasar, menjaga dan mempertahankan loyalitas konsumen, meningkatkan pelayanan demi kepuasan konsumen, melakukan periklanan dan promosi secara efektif. Dari strategi yang ada kesemuanya merupakan inti dari strategi pasar yang dimana perusahaan meningkatkan penjualannya atas produk dan pasar yang telah tersedia melalui usaha-usaha pemasaran yang lebih agresif.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Setelah melakukan penelitian mengenai strategi persaingan usaha jasa Laundry Sepatu Zenmen dalam strategi bersaing, maka diajukan beberapa saran agar melakukan pengecekan

ulang terhadap jasa yang sudah selesai di kerjakan sehingga tidak menimbulkan kelalaian yang bisa membuat pelanggan kecewa, lebih mengoptimalkan promosi di segala bentuk media sosial maupun yang berupa pamflet, brosur dan sebagainya dan menggunakan selebgram yang hits didaerah usaha dijalankan, agar usaha lebih luas pemasarannya, dan tempat nya semoga bisa ada toko baru yang mudah dijumpai, untuk meningkatkan volume penjualan jasa yang ditawarkan dan memberikan harga yang mampu bersaing dan sebanding dengan kualitas yang di peroleh serta memberikan garansi agar lebih meyakinkan pelanggan.

2. Sebaiknya Laundry Zenmen melakukan promosi dengan rutin, karena promosi merupakan faktor penting bagi perusahaan. Dengan adanya sebuah promosi keberadaan sebuah perusahaan dan produk yang ditawarkan dapat diketahui oleh konsumen. Laundry Zenmen harus melakukan promosi secara rutin, menyebar brosur tidak ada salahnya jika Laundry Zenmen berpromosi menggunakan media iklan tempel, koran, radio, internet seperti media sosial, blog dan juga bauran promosi yang lainnya. Mengingat pangsa pasar industri ini cukup tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Boyd, H. W., & dkk. (2000). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Dirgantoro, C. (2001). *Manajemen Strategik: Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta: PT Gramedia Widiarsana Indonesia.
- David, F. R. (2011). *Manajemen Strategi*. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Glueck, & Jauch. (2000). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Hunger, D. K. (2003). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Pemecahan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2005). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif?* Jakarta: Erlangga.
- Porter, M. E. (2007). *Strategi Bersaing (competitive strategy)*. Tangerang: Kharisma Publishing Group.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F.G. Chandra dan D. Adriana. (2008). *Pemasaran Strategik*. Cetakan Ke-1. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Listia Yuniarti. (2017). *Analisis Strategi Bersaing pada UMKM Laundry*. skripsi pada Universitas Diponegoro.
- Urpida Aini Nasution. (2018). *Analisis Persaingan Bisnis Pedagang Pakaian Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Pakaian Di Pasar Dolok Masihul Kecamatan Dolok Masihul Kabupaten Serdang Bedagai)*. Skripsi UIN Sumatera Utara
- Erliningtis. (2020). *Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Bersaing Pada Usaha Della Laundry*. Skripsi Universitas Semarang.
- Indro Wahyudi. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Pengembang Perumahan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pt. Jatiwangi Property Group, Bandar Lampung)*. Skripsi UIN Raden Intan Lampung.
- Putri Nur Asalya. (2019). *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Laundry Sepatu D'estilo Makassar Dalam Peningkatan Pendapatan Tinjauan Ekonomi Islam*. Skripsi UIN Alauddin Makassar.
- Jeffry Andriana Sulistiyo Eko. (2018). *Strategi Keunggulan Bersaing Pada Diva Laundry Dalam Menghadapi Persaingan Antar Usaha Jasa Laundry Di Mojokerto*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Universitas Brawijaya Vol 2, No 1.