

## **Analisa Implementasi Strategi Pemasaran Terhadap Usaha Pelayanan Jasa AnanAbyan Laundry**

**Yuniar Prakoso<sup>1</sup>, Aulia Fitri S<sup>2</sup>, Putri Khairunnisa<sup>3</sup>**

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bnagsa  
Surakarta

Jl. Ki Mangun Sarkoro N0.20 Nusukan Banjarsari Surakarta, Kode Pos 57552

E-mail: ynrprks090604@gmail.com

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran yang diterapkan pada bisnis Laundry AnanAbyan yang beralamat di Gagak, Sipat, Boyolali. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Subjek penelitian adalah pemilik usaha Laundry AnanAbyan. Teknik pengumpulan data yang diterapkan melalui pendekatan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku bisnis usaha kurang memaksimalkan dalam menerapkan strategi pemasaran, lalu pelaku usaha mengatasi hal tersebut dengan menerapkan strategi pemasaran yang lebih maksimal untuk tujuan daya tarik pelanggan.*

**Kata kunci** : Strategi Pemasaran, Implementasi, Laundry.

### **Abstract**

*This research aims to determine the implementation of marketing strategies applied to the AnanAbyan Laundry business which is located at Gagak, Sipat, Boyolali. This type of research is qualitative research. The research subject is the owner of the AnanAbyan Laundry business. Data collection techniques applied through interviews, observation and documentation approaches. Data analysis techniques use data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of the research show that business actors are not maximizing in implementing marketing strategies, then business actors overcome this by implementing more optimal marketing strategies for the purpose of attracting customers.*

**Keywords**: Marketing strategies, Implementation, Laundry.

## 1. Pendahuluan

Pada era saat ini, zaman tetap terus berkembang dan mendorong masyarakat untuk menambah penghasilan demi menunjang kehidupan. Banyak masyarakat yang saat ini tidak dapat meluangkan waktu untuk mencuci pakaian. Hal inilah yang menjadi peluang bagi para pemilik usaha jasa laundry saat ini. Bahkan, usaha jasa ini menargetkan pada ibu-ibu yang bekerja, pelajar dan masyarakat yang merantau dari luar kota juga menargetkan usaha toko pakaian untuk menjalin mitra usaha pada bisnis laundry.

Pada umumnya masyarakat yang memasuki kategori golongan masyarakat sibuk, akan memanfaatkan pelaku usaha bisnis yang memiliki usaha laundry, sebagai solusi untuk efisiensi waktu. Maka usaha AnanAbyan Laundry mengatasi hal tersebut dengan memberikan penawaran menarik kepada masyarakat yang termasuk pada golongan tersebut seperti memberikan promo kepada konsumen, memberikan gratis antar jemput kepada konsumen dan memberikan promo yang menarik lainnya.

Semakin berkembangnya era digital saat ini memberikan peluang usaha kepada masyarakat, masyarakat dapat memanfaatkan teknologi yang tersedia untuk memberikan keuntungan. Salah satu usaha jasa yang banyak diminati dalam kalangan masyarakat saat ini yaitu usaha jasa laundry. Adanya usaha bisnis laundry banyak mempermudah masyarakat untuk meringankan pekerjaan sehari hari.

Pada Jurnal ini mefokuskan strategi pemasaran pada bisnis jasa AnanAbyan Laundry, dari bisnis tersebut melihat persentase keberhasilan strategi marketing yang diterapkan oleh usaha AnanAbyan Laundry.

Pada bisnis laundry AnanAbyan yang dibangun oleh keluarga Anan memiliki banyak kendala saat proses pengembangannya dalam aspek strategi pemasaran. Untuk itu program ini dilakukan dengan tujuan menerapkan strategi pemasaran dan promosi secara efektif di era digitalisasi saat ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku bisnis AnanAbyan Laundry. Lalu menyempurnakannya untuk menunjang konsistensi pemasukan.

## 2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Oleh karena itu, penggunaan metode kualitatif dalam penelitian dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komperhensif. Penelitian kualitatif berisi tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk kata-kata dan gambar, kata-kata disusun dalam kalimat, misalnya kalimat hasil wawancara antara peneliti dan informan.

Adapun teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara. Observasi adalah perhatian atau fokus terhadap gejala, kejadian atau sesuatu dengan maksud menafsirkannya, mengungkapkan faktor-faktor penyebabnya, dan menemukan kaidah-kaidah yang mngaurnya. Metode observasi digunakan untuk memperoleh informasi tentang tingkah laku manusia yang terjadi

dalam kenyataan dan mengetahui kebenaran ilmu.

Teknik pengumpulan data yang kedua yaitu wawancara. Wawancara adalah sebuah proses interaksi komunikasi yang dilakukan oleh setidaknya dua orang, atas dasar ketersediaan dan dalam pengaturan alami, dimana pembicaraannya mengarah pada tujuan yang telah ditetapkan dengan mengedepankan *trust* sebagai landasan utama dalam proses memahami.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap pemilik bisnis usaha jasa AnanAbyan Laundry di wilayah Gagak-Sipat-Boyolali. Strategi pemasaran yang diterapkan selama ini adalah sebagai berikut. Keberlanjutan Bisnis Laundry AnanAbyan menerapkan strategi pemasaran melalui promosi di berbagai platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook. Apalagi para pelaku ekonomi tidak pernah menggunakan media sosial sebagai media periklanan. Pembisnis hanya mengandalkan metode dari mulut ke mulut, di mana pelanggan berbagi informasi dengan calon pelanggan lainnya. Pelaku bisnis juga menggunakan aplikasi WhatsApp hanya untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Promosi AnanAbyan Laundry ini dilaksanakan dengan memberikan diskon 30% untuk pembelian bulan pertama. Promosi dilakukan dengan menyebarkan brosur di tempat keramaian saat awal pendirian dan beredar di media sosial terutama platform whatsapp. Dalam beberapa bulan pertama, AnanAbyan Laundry juga akan memberikan potongan harga dan potongan harga agar konsumen tertarik dengan jasa laundry dan membuat mereka datang kembali. Lalu strategi pemasaran yang diterapkan laundry AnanAbyan antara lain. Hasil yang sama juga diperoleh berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan terhadap pelaku usaha dan beberapa konsumen. Artinya para pelaku bisnis menawarkan strategi baru berupa layanan pengambilan dan pengantaran COD gratis serta peningkatan layanan yang diberikan. Selain itu, pelanggan juga percaya bahwa terdapat strategi dan upaya dari para pelaku bisnis untuk mempermudah proses laundry.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada pemilik usaha dan beberapa konsumen menunjukkan bahwa Laundry AnanAbyan mempunyai kualitas jasa yang sebanding dengan harga yang ditawarkan. Harga jasa laundry AnanAbyan disesuaikan dengan harga para kompetitor yakni seharga Rp. 5000/kg untuk satu kilogram pakaian yang akan di laundry. Untuk harga pelayanan jasa laundry AnanAbyan berbeda tergantung layanan jasa laundry yang konsumen inginkan seperti Express 2 hari cuci + setrika Rp.6.000 setrika Rp 5.000 jika kurang dari 2hari misal 1 hari 24 jam cuci + setrika Rp. 7.000, setrika Rp. 6.000. lalu target pelayanan jasa laundry per minggu 5kg dan jika sebulan kami menargetkan 20/kg perbulan. Dalam penjelasan diatas membuktikan bahwa pelaku usaha pemilik bisnis Laundry AnanAbyan memberikan penawaran menarik kepada konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap pemilik usaha dan beberapa konsumen telah mengetahui kelebihan dari Laundry AnanAbyan yaitu

bertanggung jawab, jujur, konsisten dengan pelayanan yang maksimal. Kelemahan pada bisnis AnanAbyan Laundry yaitu terdapat pada mekanisme antar jemput yang terkadang terlambat sehingga membuat konsumen kurang puas. berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, setelah dilakukan proses wawancara secara mendalam kepada pemilik usaha Laundry AnanAbyan mengetahui bahwa, dengan menjaga agar tetap stabil dalam menjalankan strategi pemasaran yang diterapkan supaya berjalan dengan baik. Maka Laundry AnanAbyan hanya melibatkan keluarga dan pemilik usaha sendiri yang menjalankan proses pengerjaan untuk pengoptimalan strategi tersebut. Sehingga tidak ada biaya tambahan yang dikeluarkan.

Berdasarkan hasil penelitian pada Laundry AnanAbyan melalui wawancara dengan pemilik usaha bahwa kinerja dari keluarga maupun pemilik usaha itu sendiri cukup terbilang efektif dalam pencapaian target. Namun pada saat keluarga maupun pemilik usaha memaksimalkan waktu yang tersedia untuk pencapaian target yang lebih banyak. Selain meningkatkan pengawasan dan pembinaan, juga dilakukan penilaian terhadap tingkat keberhasilan kinerja yang telah dilakukan oleh para pegawai melalui pemimpin yang cakap memimpin instansi tersebut (Waruwu, 2018).

Pembukuan atau laporan keuangan merupakan suatu kegiatan mencatat berbagai macam transaksi keuangan seperti pembelian, penjualan, pendapatan, dan pengeluaran oleh perseorangan maupun kelompok atau organisasi (Susanti & Khabibah, 2021). Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan pemilik usaha Laundry AnanAbyan bahwa pencatatan yang dilakukan oleh pemilik usaha digunakan untuk mencatat penghasilan setiap bulannya.

Demi pengembangan usaha, pemilik usaha Laundry AnanAbyan tentunya memiliki strategi sendiri untuk mempertahankan usaha yang dijalankannya. Sesuai dengan pendapat (Alfin, 2021) bahwa hal ini tentunya harus segera diatasi dengan menciptakan berbagai macam strategi yang dapat membantu keberlangsungan UMKM agar tetap berproduksi dan tidak tutup. Strategi yang diterapkan oleh pemilik usaha Laundry AnanAbyan beragam seperti Meningkatkan pelayanan, Menjaga hubungan baik dengan pelanggan, Mencari pelanggan baru, Menyediakan layanan jasa antar jemput secara gratis, Bertanggung jawab dan Jujur. Peningkatan pelayanan dan kualitas produk yang dihasilkan berpengaruh terhadap hasil yang diperoleh pemilik usaha, hal ini bertepatan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lestari & R, 2019) bahwa peningkatan kualitas layanan dan produk UMKM dapat menimbulkan pengaruh positif dan dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu dengan menerapkan metode promosi Word of mouth yang membuat usaha Laundry AnanAbyan tetap bertahan. Menurut Wulandari dalam (Artanti & Adinugraha, 2020) Pemasaran dari mulut ke mulut atau word of mouth (WOM) merupakan usaha strategi pemasaran dimana konsumen mempromosikan, merekomendasikan produk, membicarakan produk, dan menjual produk/jasa yang telah dicoba kepada konsumen lainnya. Upaya mempertahankan kestabilan yang dilakukan oleh pemilik usaha Laundry AnanAbyan cukup sederhana dan tidak melibatkan pihak lain dan juga meminimalisir pembengkakan biaya. Mengingat

strategi yang digunakan yaitu meningkatkan kualitas pelayanan, bertanggung jawab, jujur, dan juga menyediakan layanan jasa antar jemput secara gratis jadi hanya membutuhkan konsistensi. Dalam usaha untuk mempertahankan kestabilan harus mempunyai niat yang kuat.

#### **4. Kesimpulan dan Saran**

##### **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kebutuhan akan permintaan cuci pakaian di Ngemplak Boyolali sangat tinggi, laundry merupakan salah satu usaha yang dibutuhkan bagi masyarakat Boyolali yang memiliki tingkat kesibukan kerja yang tinggi dan tidak punya banyak waktu dalam mencuci pakaian. Selanjutnya Pengembangan usaha laundry dengan menggunakan sistem online mulai dari pemesanan hingga pengantaran. Pengembangan kerja sama dengan perkantoran, pemilik kos, dan warga sekitar. Pemasaran produk sudah menggunakan website dan media sosial (seperti Whatsapp, Facebook, dan Instagram adalah sosial media yang memiliki kecepatan luar biasa dalam penyediaan informasi melalui internet. Pembayaran dengan dua metode, yaitu pembayaran secara cash dan digital. Pilihan harga paket laundry yang variatif berdasarkan kiloan.

##### **Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang ada, maka dapat dikemukakan saran yaitu agar strategi pemasaran tersebut berjalan sesuai dengan yang diharapkan, maka pemilik usaha harus mempertahankan kekonsistenan terhadap semua hal yang akan dilakukan untuk bertahannya suatu usaha yang dijalankan agar tidak mengecewakan pelanggan seperti meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga kebersihan dan kerapian, menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan, serta mempertahankan kualitas bahan-bahan serta alat yang digunakan.

#### **Daftar Pustaka**

- Sawe Riesso A, Asfo Nurlaila S, Suharto. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Jasa Menghadapi Pesaing Terhadap Usaha Laundry (QNC Laundry Toddopuli). *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*. 3(2). (438-446).
- Fransisca. Salim Yeselia. Vianca F.K . Sulystio Gracella. Jayanti Metta. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran dan Promosi Terhadap Usaha Mikro W&A Laundry Pada Masa Pandemi Covid-19 di Cianjur, Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 3(2). (113-119)
- Anggita H.Y. (2022). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN LAUNDRY DI MASA PANDEMI (STUDI KASUS PADA PELAKU BISNIS LAUNDRY DI DUSUN JAJAR, KECAMATAN, LAWEYAN, SURAKARTA).  
[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=analisis+strategi+pemasaran+laundry+di+masa+pandemi+&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1703132479976&u=%23p%3D-CxCnuWlxIAJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=analisis+strategi+pemasaran+laundry+di+masa+pandemi+&btnG=#d=gs_qabs&t=1703132479976&u=%23p%3D-CxCnuWlxIAJ).