

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi hasil dan pembahasan yang dilakukan pada bab selanjutnya, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Strategi bersaing usaha *Bubaso Laundry* dalam mengungguli persaingan dengan usaha laundry sejenis lainnya dapat dilakukan dengan menjaga dan mempertahankan (*Hold and Maintain*), dengan cara penetrasi pasar dan pengembangan produk. Penetrasi pasar dapat dilakukan dengan cara pihak *Bubaso Laundry* terus meningkatkan promosi dengan memberikan promo-promo harga yang menarik dan dilakukan lebih sering. Sedangkan dalam pengembangan produk bisa dilakukan dengan cara peningkatan fasilitas yang ada di *Bubaso Laundry*, seperti peningkatan fasilitas produksi seperti perbaikan ruang/ alat pengering, penambahan mesin cuci serta menambah kapasitas daya listrik untuk menopang kelangsungan produksi di *Bubaso Laundry*.
2. Strategi lainnya yang dilakukan berdasarkan matrix SWOT adalah: 1). Memasang spanduk promo atau menyebarkan; 2). Mempertahankan kualitas pelayanan kepada; 3). Meningkatkan pengawasan produksi untuk menjaga kualitas produk; 4). Melakukan pemilihan pakaian sesuai dengan keinginan konsumen sebelum dicuci; 5). Memberikan kompensasi yang baik agar mau bekerja lebih maksimal; 6). Menyediakan mesin & ruang pengering pakaian; 7). Pertahankan harga tetapi meningkatkan kualitas hasil; 8). Menjaga kepercayaan konsumen agar merasa puas dan loyal terhadap usaha; 9). Menambahkan berbagai paket cuci yang variatif; 10). Promosi dimaksimalkan

untuk menghadapi competitor; 11). Mengurangi kesalahan dan meningkatkan kecepatan pelayanan agar pelanggan tidak kecewa; serta 12). Memperbaiki Manajemen Usaha.

5.2 Saran

Berdasarkan pada kesimpulan di atas, maka penulis dapat mengemukakan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

1. Pimpinan perusahaan hendaknya mengawasi secara langsung kegiatan proses produksi walaupun tidak dilakukan setiap hari seharusnya dilakukan secara berkala agar produk yang dihasilkan oleh karyawan sesuai dengan apa yang telah di tentukan oleh perusahaan.
2. Model Pengembangan usaha laundry sebaiknya dikembangkan dengan menggunakan sistem online mulai dari pemesanan hingga pengantaran, mengingat sekarang ini proses perkembangan dunia usaha sudah dilakukan dengan model Digitalisasi marketing.
3. Pemilik usaha harus dapat mempertahankan kekuatan dan mengurangi kelemahan untuk dapat memanfaatkan peluang yang baik dari sisi internal dan ekseternal, mempertahankan kualitas pelayanan kepada konsumen Membuat promo cucian, serta menjaga kepercayaan konsumen agar merasa puas dan loyal terhadap usaha.
4. Hal terpenting lainnya yang harus mendapatkan perhatian adalah dalam hal proses produksi kurang baik dimana dari proses pencucian yang tidak memisahkan pakaian, maka harus melakukan pemilihan pakaian sesuai dengan keinginan konsumen sebelum dicuci.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Aisyah. 2016, “*Perencanaan Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Bauran Pemasaran dan SWOT pada Perusahaan Popsy Tubby*”, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 1, No. 3.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers, Jakarta. David, Fred R. 2011. *Strategic Management : Manajemen Strategi Konsep*, Edisi 12, Salemba Empat, Jakarta.
- Jatmiko, RD. 2004. *Manajemen Stratejik*, UMM Press, Malang.
- Khasandra, M. (2017). *Analisis swot bisnis laundry ud rafa laundry klindocare*. Jurnal Manajemen JOM FISIP Vol. 4 No. 2 , 2-8.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Mendo, Andi Yusniar, Idris Yanto Niode, Rahmawati Hasim, Vivin R. Daud. 2021. *Economic Potential By Msmes At Coastal Area: Evidence Of Bone Balango Regency In Indonesia*. Dinasty International Journal Of Education Management And Social Science. Volume 3, Issue 1, October 2021 E-ISSN : 2686-6331, P-ISSN : 2686-6358
- Mustamu, L. V. (2018). *Analisis strategi bersaing pada perusahaan jasa*. Jurnal Manajemen AGORA Vol. 6, No. 2, , 1.
- Mochtar Luthfi, F. H. (2018). *Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Usaha Bisnis “Laundry”*. *Journal of Business Administration Vol 1 No 1* , 50-62.
- Nifita2, G. F. (2015). *Analisis strategi pemasaran jasa menghadapi pesaing*. Digest Marketing Vol. 1 No.1 Juli , 23.
- Niode, Idris Yanto. 2012. Analisis Strategi Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage*) Sektor Usaha Kecil Menengah di Kota Gorontalo (Studi Kasus Industri Meubel di Kota Gorontalo). Jurnal Bisnis dan Manajemen (BISMA). Volume 4. No.2 Februari 2012. ISSN 1979-7192. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNESA
- Nirmala1, P. A. (2018). *Analisis strategi pengembangan usaha*. eJournal Administrasi Bisnis, 6 (2): 410-424 ISSN 2355-5408, ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id , 411.
- Porter, E. M. (1980). *Competitive Strategy. Agus Maulana (Penerjemah): Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. PT. Gelora Aksara Pratama. Jakarta

- Ramadhan, Ahmat *et.al*, 2016. “*Analisis SWOT Sebagai Landasan dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi McDonald’s Ring Road)*. Jurnal Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi USU.
- Rangkuti. 2004. *Business Plan: Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Analisis SWOT Sebagai Formulasi Strategi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Robinson Jr, Richard B. & Pearce II, John A. 2013 *Manajemen Strategis, Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, By McGraw- Hill Education and Salemba Empat, Jakarta Selatan.
- Situmorang, Syafrizal Helmi. 2012. *Bisnis Konsep dan Kasus*, Cetakan 2, USU Press, Medan.
- Sugiarto, F. F. (2016). *Analisa strategi bersaing pt. Surya cipta mandiri*. Jurnal Manajemen Bisnis AGORA Vol. 4, No. 2, , 250-252.
- Umar, Husen. 2008. *Strategi Management In Action: Konsep, Teori dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis SBU Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred David dan Wheelen-Hunger*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Zimmerer, Thomas W, dan Scarborough, Norman M. 2002. *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Penerbit Prehalindo, Jakarta