

**STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA LAUNDRY
RUMAH CUCI RINJANI DEPOK**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh :

AULIA CHOIRUN NISA
NIM : 2412008192



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA LAUNDRY
RUMAH CUCI RINJANI DEPOK**

Oleh :

Nama : AULIA CHOIRUN NISA
NIM : 2412008192
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 09 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Catik Yustina Mart, SE, MM

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S.



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA LAUNDRY
RUMAH CUCI RINJANI DEPOK**

Oleh :

Nama : AULIA CHOIRUN NISA
NIM : 2412008192
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada :

Hari : Jum'at
Tanggal : 09 Agustus 2024
Waktu : 15.40-17.00 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Dr. Rizal Bakti, SE, MM (.....)

Anggota : Gena Prasetya Noor, SH, MM (.....)

Mengesahkan,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM., M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : AULIA CHOIRUN NISA
NIM : 2412008192
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3306166008010003
Alamat : Kebon Kliwon, RT. 02/ RW. 003, Desa Kedungpucang
Kecamatan Bener, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Strategi Pemasaran Pada Usaha Laundry Rumah Cuci Rinjani Depok ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 09 Agustus 2024

AULIA CHOIRUN NISA

ABSTRAK

AULIA CHOIRUN NISA. NIM 2412008192. Strategi Pemasaran Pada Usaha Laundry Rumah Cuci Rinjani Depok

Usaha Rumah Cuci Rinjani Depok merupakan salah satu usaha laundry di Depok yang mengalami persaingan ketat. Untuk meningkatkan daya saing dan mencapai tujuan bisnis, diperlukan strategi pemasaran yang efektif. Skripsi ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang tepat bagi usaha Rumah Cuci Rinjani Depok dengan menggunakan analisis SWOT.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan tiga responden yaitu pemilik usaha, observasi langsung di lokasi usaha. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Rumah Cuci Rinjani Depok memiliki kekuatan dalam segi lokasi usaha yang strategis, harga yang bersaing, dan pelayanan yang ramah. Namun, usaha ini juga memiliki kelemahan dalam segi promosi yang belum optimal dan manajemen keuangan yang belum stabil. Selain itu, peluang pasar laundry di Depok cukup besar, namun terdapat ancaman dari persaingan yang ketat dan kehadiran usaha laundry baru. Berdasarkan analisis SWOT disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang tepat bagi usaha Rumah Cuci Rinjani Depok adalah strategi tumbuh dan berkembang. Strategi ini meliputi peningkatan promosi melalui media sosial dan *offline*, pengembangan layanan baru, dan meningkatkan kualitas layanan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Usaha Laundry

ABSTRACT

AULIA CHOIRUN NISA. NIM 2412008192. Strategi Pemasaran Pada Usaha Laundry Rumah Cuci Rinjani Depok

Rumah Cuci Rinjani Depok is a laundry business in Depok that faces stiff competition. To increase competitiveness and achieve business goals, an effective marketing strategy is needed. This thesis aims to analyze the appropriate marketing strategy for usaha Rumah Cuci Rinjani Depok using SWOT analysis.

The research method used is qualitative research with a descriptive-analytic approach. Data is collected through in-depth interviews with business owners, direct observation at the business location, and literature studies. The data obtained is then analyzed using SWOT analysis.

The results of the study show that Rumah Cuci Rinjani Depok has strengths in terms of strategic location, competitive prices, and friendly service. However, this business also has weaknesses in terms of suboptimal promotion and limited capital. In addition, the laundry market opportunity in Depok is quite large, but there are threats from tight competition and the presence of new laundry businesses. Based on SWOT analysis, it is concluded that the appropriate marketing strategy for usaha Rumah Cuci Rinjani Depok is an grow and build strategy. This strategy includes increasing promotion through social media and offline, developing new services, and improve service quality.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, Laundry Business

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan atas rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Strategi Pemasaran pada Usaha Laundry Rumah Cuci Rinjani Depok ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat fenomena pesaing yang semakin tinggi di bidang jasa, khususnya pada usaha laundry. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran guna mempertahankan usaha bisnis laundry yang ada tersebut.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak Mildy Rifai, SE. selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Jurusan ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Ibu Catik Yustina Mart, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi dengan nilai *cumlaude*.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.

7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Ayahanda Suratin serta Ibunda Tri Yantini tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Terima kasih kepada seseorang yang istimewa, Choirul Aziz yang telah menjadi salah satu penyemangat, pendengar, keluh kesah dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih juga telah memberikan dukungan dengan tulus untuk menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 09 Agustus 2024
Penulis,

AULIA CHOIRUN NISA
NIM : 2412008192

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	PENDAHULUAN
	1.1. Latar Belakang
	1.2. Identifikasi Masalah
	1.3. Rumusan Masalah
	1.4. Tujuan Penelitian
	1.5. Manfaat Penelitian
	1.6. Sistematika Penulisan
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA
	2.1. Landasan Teori
	2.1.1. Pengertian Strategi
	2.1.2. Strategi Pemasaran
	2.1.3. Analisis SWOT
	2.1.4. Matriks SWOT
	2.2. Penelitian Terdahulu
	2.3. Kerangka Pemikiran
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN
	3.1. Tempat dan Waktu Penelitian
	3.2. Jenis Penelitian
	3.3. Responden
	3.4. Sumber Data
	3.4.1. Data Primer
	3.4.2. Data Sekunder
	3.5. Metode Pengumpulan Data

	3.6. Teknik Analisis Data	16
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	17
	4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	17
	4.1.1. Sejarah Singkat Rumah Cuci Rinjani	17
	4.1.2. Kegiatan Operasional	18
	4.2. Analisis Data	19
	4.2.1. Analisis SWOT	19
	4.2.2. Matriks SWOT	20
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	23
	5.1. Kesimpulan	23
	5.2. Saran	24
	DAFTAR PUSTAKA	25
	LAMPIRAN	27

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Pelanggan dan Pemasukan rumah Cuci rinjani	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	13
Tabel 4.1. Daftar Harga Kiloan Rumah Cuci Rinjani.....	18
Tabel 4.2. Daftar Harga Satuan Rumah Cuci Rinjani.....	18
Tabel 4.3. Matriks SWOT Rumah Cuci Rinjani	21
Tabel 5.1. Analisis SWOT Rumah Cuci Rinjani	23
Tabel 6.1. Hasil Wawancara dengan Pemilik Rumah Cuci Rinjani	29
Tabel 6.2. Hasil Wawancara dengan Karyawan Rumah Cuci Rinjani	32
Tabel 6.3. Hasil Wawancara dengan Pelanggan Rumah Cuci Rinjani	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Matriks SWOT	10
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran	12

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	27
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara	28
Lampiran 3. Hasil Wawancara	29
Lampiran 4. Tata Letak Rumah Cuci Rinjani	38
Lampiran 5. Foto Responden	39
Lampiran 6. Kartu Bimbingan	41
Lampiran 7. Hasil Turnitin	42
Lampiran 8. Daftar Riwayat Hidup	43