



STRATEGI PENGEMBANGAN PADA PELAKU USAHA LAUNDRY (GRIYA LAUNDRY KARAWANG)

Arista Ardiningrum

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Puji Isyanto

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Dini Yani

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Korespondensi penulis: mn20.aristaardiningrum@mhs.ubpkarawang.ac.id¹,
puji.isyanto@ubpkarawang.ac.id², diniyani@ubpkarawang.ac.id³

Abstract. *Strategy is the setting of long-term goals and objectives of a company and the direction of action and allocation of resources necessary to achieve those goals and objectives. Business development is the task and process of preparing analysis of potential growth opportunities, support and monitoring of the implementation of business growth opportunities, but does not include strategies and implementation of business growth opportunities. The laundry business has great potential, but many laundry MSME business actors have difficulty in developing their business so they need the right strategy.*

Keywords : *Strategy, business development, Laundry*

Abstrak. Strategi adalah tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan itu. pengembangan usaha adalah proses persiapan analisis tentang peluang pertumbuhan potensial tetapi tidak termasuk strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Bisnis laundry memiliki potensi yang besar, namun banyak pelaku usaha laundry mengalami kesulitan untuk mengembangkan bisnisnya lebih jauh, sehingga membutuhkan strategi yang tepat.

Kata kunci : Strategi, pengembangan usaha, Laundry

LATAR BELAKANG

Perusahaan melakukan dengan sangat baik dalam ekonomi global. Selain perusahaan besar, perusahaan kecil juga ikut berkembang dengan baik. Tujuan usaha kecil adalah untuk memperoleh keuntungan yang besar dan menguasai pasar. Dalam bisnis, pengusaha sama – sama mempunyai kebutuhan dan itu penting. Pengusaha juga harus bertanggung jawab kepada konsumen, karyawan, dan lingkungan dalam segala aspek.

Strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu. Persaingan harga, kualitas, strategi dan sebagainya menjadikan usaha agar mampu menghadapi persaingan. Untuk mencapai hal tersebut, maka usaha dituntut untuk bisa menjalankan manajemen usahanya agar menjadi efisien dan kompetitif. menurut Hamel dan pharalad dalam Tania (2018:10) Strategi merupakan tindakan yang bersifat inkremental atau senantiasa meningkat dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan oleh pelanggan di masa depan. Strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efesiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Bisnis Laundry merupakan salah satu jenis bisnis yang terus berkembang di Indonesia khususnya para pembisnis. Hal ini disebabkan oleh pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat dan gaya hidup yang semakin sibuk dimana masyarakat sering menggunakan jasa laundry untuk mempermudah pekerjaannya. Walaupun potensi industri laundry sangat besar, banyak pelaku usaha laundry mengalami kesulitan untuk mengembangkan usahanya sehingga membutuhkan strategi yang tepat. Penelitian ini mengkaji bagaimana strategi yang diterapkan oleh usaha jasa Griya Laundry dalam menggunakan strategi pengembangan sehingga mampu memberikan keunggulan atau potensi yang lebih besar dengan peluang-peluangnya.

Beberapa penelitian sebelumnya telah dilakukan untuk mengkaji strategi pengembangan pada pelaku usaha laundry. Penelitian yang dilakukan oleh Listia Yuniarti dan Oktaviani (2020) menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis pada pelaku usaha laundry dapat dilakukan melalui pemanfaatan teknologi informasi, peningkatan kualitas pelayanan, serta penggunaan media sosial untuk memperluas jangkauan bisnis. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Aziz dan Adriansyah (2019) menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis pada pelaku usaha laundry dapat dilakukan melalui penggunaan analisis SWOT ataupun dengan penerapan manajemen yang strategis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji strategi pengembangan yang tepat untuk pelaku usaha laundry sehingga dapat meningkatkan kinerja bisnis dan memperluas jangkauan pasar.

KAJIAN TEORITIS

Pengertian Sumber Daya Manusia

Manajemen Sumber Daya Manusia adalah rancangan sistem - sistem formal dalam sebuah organisasi untuk memastikan penggunaan bakat manusia secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan organisasi. (Tinangon, Kojo and Tawas, 2019). Tanpa sumber daya manusia semua kegiatan atau rencana yang telah disiapkan oleh organisasi tidak akan bisa berjalan (Lailah, 2020).

Menurut Puteri (2018) Sumber Daya Manusia adalah orang – orang yang ada dalam organisasi yang akan memberikan sumbangan pemikiran dan melakukan berbagai jenis pekerjaan dalam mencapai tujuan organisasi.

Berdasarkan pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia diatas, maka dengan adanya sumber daya manusia sangat penting dan sangat membantu untuk terbangunnya suatu perusahaan dan organisasi yang akan terarah karena dengan adanya Sumber Daya Manusia ini semua permasalahan dapat ditangani dengan efisien.

Pengembangan usaha

Pengembangan usaha adalah proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan bisnis. Perkembangan usaha dalam jurnal Kartika Putri, Ari Pradhanawarti dan Bulan Prabawani (2014) merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen.

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas (Anoraga, 2007:66). Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar. Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (starting), membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan franchising. Namun yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan usaha dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.

Oleh karena itu, pengembangan usaha merupakan tugas dan proses dimana analisis tentang peluang pertumbuhan potensial disiapkan, realisasi peluang pertumbuhan usaha didukung dan dipantau, tetapi tidak termasuk strategi dan implementasi peluang pertumbuhan usaha.

Indikator Pengembangan Usaha

Perkembangan usaha dalam jurnal Kartika Putri, Ari Pradhanawarti dan Bulan Prabawani (2014) merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen. Faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha tersebut tidak terlepas dari permasalahan usaha yang sudah ada, faktor-faktor pengembangan usaha menurut Januar (2017:5) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ada pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap perkembangan usaha, dimana faktor internal yaitu permodalan, sumber daya manusia terbatas, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi usaha kecil, sedangkan faktor eksternal yaitu terdiri dari iklim usaha yang sepenuhnya belum kondusif, sehingga terbatasnya sarana dan prasarana usaha dan terbatasnya akses.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran dari bagian-bagian yang terperinci mengenai suatu gejala atau fenomena. Menurut Meleong (2013) Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alami dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Subjek penelitian dalam penelitian ini yang memahami dan menguasai informasi di Usaha Griya Laundry, informan pada penelitian ini adalah owner, karyawan dan beberapa pelanggan yang berada di griya laundry. Dalam menentukan subjek penelitian ini menggunakan teknik sampling purposive.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produksi adalah konektivitas yang menghasilkan kegiatan atau fungsi, termasuk barang atau jasa, dan kegiatan yang dapat mendukung kelangsungan hidup manusia. Kegiatan produksi sangat penting dalam kehidupan manusia. Untuk menghasilkan barang atau jasa yang dapat menimbulkan masalah sebanyak-banyaknya, perlu melibatkan banyak pelaku produksi (input). Tiga faktor produksi biasanya diperlukan untuk pengembangan usaha laundry : modal dalam bentuk uang dan peralatan, tenaga kerja dan strategi.

a. Modal

Dari segi finansial, pengembangan usaha laundry cukup menguntungkan, karena usaha laundry dapat beroperasi dengan belanja modal yang rendah. Griya laundry didirikan dengan modal awal Rp. 21.100.000 yang digunakan untuk membeli mesin cuci, pengering, timbangan dan setrika. Ada biaya yang terkait dengan pencucian yaitu deterjen, pewangi, upah pekerja, biaya listik dan air.

b. Tenaga kerja

Salah satu faktor produksi yang paling penting adalah sumber daya manusia atau tenaga kerja. Jika tidak ada tenaga kerja maka proses produksi tidak akan berjalan. Setiap usaha membutuhkan tenaga kerja dengan latar belakang yang berbeda-beda sesuai dengan usaha yang dijalankan, bahkan banyak usaha atau industri harus menggunakan tenaga ahli dalam menjalankan usahanya. Hal ini disebabkan karena industri atau usaha yang dijalankan menggunakan peralatan yang canggih.

c. Strategi

Strategi utama griya laundry adalah memberikan pelayanan yang baik, misalnya secara kebersihan, tepat waktu, wangidan rapi. Selain itu, griya laundry juga menggunakan teknologi untuk mengiklankan griya laundry kepada masyarakat, misalnya seperti whatsApp dan Google Maps.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dapat disimpulkan bahwa Pengembangan usaha adalah proses persiapan yang menganalisis tentang peluang pertumbuhan potensial, mendukung dan mengawasi realisasi peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan strategis dan mewujudkan peluang pertumbuhan usaha. Produksi menghasilkan barang atau jasa yang diperlukan untuk keberadaan manusia. Dibutuhkan banyak agen produksi (input) untuk menghasilkan barang/jasa seara maksimal.

DAFTAR REFERENSI

- Hecht, T. (2020). *Strategie*. 67–68. https://doi.org/10.1007/978-3-658-30459-1_5
- Muhamad, K. (2019). Paradigma. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 52–70.
- Rizal, M., Saputra, dani nur, & lis hafrida. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Student, M. T., Kumar, R. R., Ommments, R. E. C., Prajapati, A., Blockchain, T.-A., MI, A. I., Randive, P. S. N., Chaudhari, S., Barde, S., Devices, E., Mittal, S., Schmidt, M. W. M., Id, S. N. A., PREISER, W. F. E., OSTROFF, E., Choudhary, R., Bit-cell, M., In, S. S., Fullfillment, P., ... Fellowship, W. (2021). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA RUMAH LAUNDRY KOTA DUMAI DALAM PENINGKATKAN PENDAPATAN DI TINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH. *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1–13.
- Suparyanto dan Rosad (2015. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia. In *Suparyanto dan Rosad (2015 (Vol. 5, Issue 3)*.