

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya *Laundry* Karet Ryanagi Caret Wash Express

Ryanagi Carpet Wash Express merupakan suatu nama dari bisnis usaha *laundry* karpet yang telah di dirikan sejak pertengahan tahun 2015 yang lalu dan beroperasi di jalan Ki Hajar Dewantara RT. 7A, RW.3, No.33, Kelurahan Angsau, Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut. Pada awalnya pemilik bisnis yang kerap di sapa bapak Agus ini bekerja pada salah satu lembaga keuangan bank yang terdapat di Kota Pelaihari sampai pada akhirnya beliau memutuskan untuk pensiun dini, lalu kemudian memutuskan untuk memulai usaha bisnis penyedia jasa *laundry* karpet yang diberi nama ‘Ryanagi Carpet Wash Express’.

Melihat dari banyaknya penduduk yang ada di Kota Pelaihari dan sekitarnya, dengan jumlah kepala keluarga yang terbilang cukup banyak, maka terlintas dipikiran beliau setiap rumah pasti memiliki karpet dan setiap karpet pasti akan kotor pada waktunya, ditambah lagi kebiasaan masyarakat yang memang menggunakan karpet sebagai media alas dalam berbagai macam kegiatan tertentu terlebih lagi di tempat-tempat ibadah seperti masjid, musholla dan sebagainya, sehingga penggunaan karpet seakan-akan menjadi kebutuhan bagi setiap keluarga atau kelompok tertentu yang ingin mengadakan suatu kegiatan yang menggunakan karpet sebagai alas.

Kemudian beliau melihat keadaan khususnya di Kota Pelaihari, memang tidak terdapat pengusaha yang sejenis yang bertempat di Kota Pelaihari, yang ada hanyalah salah satu cabang dari *laundry* karpet yang tempat operasionalnya berada diluar kota, sehingga beliau melihat adanya kelemahan dari cabang *laundry* karpet tersebut yaitu, dalam pengerjaannya terkendala waktu, jarak, dan juga dari segi biaya transportasi, hal ini menyebabkan pengantaran dan penjemputan karpet menjadi kurang optimal. Berdasarkan peluang serta kelemahan pesaing tersebut beliau memutuskan untuk mendirikan bisnis jasa *laundry* karpet yang pada akhirnya diberi nama Ryanagi Carpet Wash Express. Pemberian nama ini sendiri terinspirasi dari nama anak-anak beliau yaitu Ryan dan Agi.

Dalam proses menciptakan bisnis ini beliau mendatangkan alat-alat khusus dari Jakarta. Beliau juga mengikuti *training* penggunaan mesin dan proses pembersihan karpet yang diadakan oleh perusahaan penyedia mesin tersebut. Kemudian dalam proses pengerjaan *laundry* karpet beliau mengembangkan metode pengerjaannya sendiri, setelah terlebih dahulu melihat *review* bagaimana macam-macam proses pengerjaan *laundry* karpet di internet.

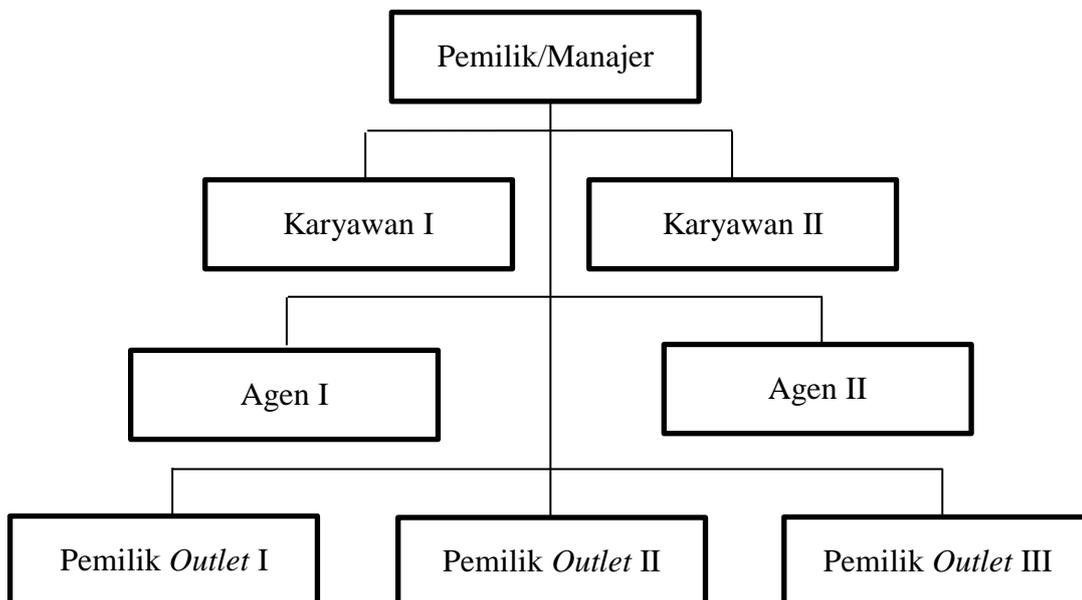
Pada awal berdirinya, beliau mengerjakan semua dari segi promosi, proses pengerjaan, serta antar jemput dilakukan sendiri, sampai pada akhirnya ketika frekuensi permintaan terhadap jasa *laundry* karpet semakin meningkat, maka akhirnya diputuskan untuk merekrut 2 orang karyawan, dan 2 orang agen untuk melakukan pemasaran sekaligus melakukan antar jemput karpet. 1 agen bertempat di Kota Pelaihari dan 1 lagi berada di Bati-bati. Ditambah lagi beliau melakukan

kerjasama dengan beberapa orang untuk membuka *outlet* yang kini sudah ada 3 *outlet* yang beroperasi dengan sistem *join* di Kota Pelaihari.

Beliau juga menuturkan bahwa sampai sekarang omzet dari bisnis jasa *laundry* karpet Ryanagi Carpet Wash Express ini mencapai kurang lebih sekitar Rp18.000.000,00 hingga Rp19.000.000,00 dalam sebulan. hal ini berbeda jauh pada saat beliau mengerjakannya semua proses itu sendiri dimana omzet yang didapat lebih rendah.

2. Struktur Organisasi Ryanagi Carpet Wash Express

Bisnis laundry karpet Ryanagi Carpet Wash Express ini merupakan bisnis perorangan yang dimiliki oleh bapak Agus. Adapun struktur dari bisnis ini adalah:



Keterangan:

- Pemilik/Manajer : H. Setia Agus, SE.
- Karyawan I : Indra
- Karyawan II : Alex
- Agen I : Rasyid
- Agen II : Haily

- Pemilik *Outlet* I : Ahda
- Pemilik *Outlet* II : Hj. Darmawati
- Pemilik *Outlet* III : Nely

B. Penyajian Data

Setelah data yang diperoleh dari hasil teknik wawancara terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan di kediaman pemilik bisnis *laundry* karpet Ryanagi Carpet Wash Express di Kota Pelaihari tentang bagaimana strategi yang diterapkan dalam mengembangkan bisnisnya serta apa saja yang menjadi kendala dalam mengembangkannya, maka diperoleh data yang diuraikan sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan Bisnis pada Ryanagi Carpet Wash Express

Manurut hasil wawancara dengan bapak Agus selaku pemilik bisnis, beliau memaparkan bagaimana proses dan pengembangan strategi bisnis yang beliau terapkan. Proses dan pengembangan bisnis itu sendiri terdiri dari unsur-unsur penting dalam pemasaran jasa, sebagai berikut:

a. Strategi Produk

Menurut bapak Agus, jasa *laundry* karpet yang beliau tawarkan tidak jauh berbeda dengan *laundry* karpet pada umumnya hanya saja dalam pengerjaannya memang menggunakan mesin khusus yang serba otomatis sehingga meringankan dalam proses pengerjaannya, walaupun demikian dalam proses pengerjaannya pun harus mengutamakan ketelitian dikarenakan memang karpet adalah alas yang memiliki serat yang cukup rapat serta tebal

tapi mudah rusak, sehingga dalam membersihkannya harus dengan hati-hati dan teliti.¹

Beliau menganggap pengembangan produk sangatlah penting, karena dengan berkembangnya produk maka daya saing akan meningkat. Oleh karenanya dari awal berdirinya bisnis ini sejak pertengahan tahun 2015 sampai dengan sekarang ini tercatat sudah memiliki beberapa tambahan jasa *laundry* selain dari karpet, seperti *laundry* kasur Palembang, gordena, *bad cover*, matras, sejadah, serta boneka. Langkah ini diambil agar menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen yang berubah-ubah serta semakin bertambah.

Dengan bertambahnya varian produk jasa ini sendiri menjadi keuntungan tersendiri bagi pemilik bisnis karena dengan demikian kebutuhan para konsumen akan hal yang berkaitan dengan *laundry* selain karpet juga akan ikut terpenuhi maka keuntungan pun juga bertambah. Dari segi aspek pemasaran produk ini sendiri beliau menuturkan bahwa, target pengerjaan juga sering tercapai bahkan hampir selalu tercapai. beliau juga menuturkan dengan pribahasa untuk bisnisnya sendiri yaitu '*orang puas teman bertambah, dari 1 teman menjadi 10 teman*'.²

Pengembangan dari sisi produk yang dilakukan oleh pemilik bisnis Ryanagi Carpet Wash Express terus dikembangkan. Menurut penuturan beliau yang diperoleh dari hasil wawancara, saat ini beliau sedang mempersiapkan

¹ H. Setia Agus, S.E., Pemilik Ryanagi Carpet Wash Express, *Wawancara Pribadi*, Pelaihari, 18 Maret 2018.

² *Ibid.*

jenis produk baru yaitu sejenis *laundry* pakaian.³ Tetapi untuk saat ini pengembangan dari sisi produk yang telah terealisasi mencakup sebagai berikut:

- 1) Memperbesar variasi produk. Dalam hal pengembangan produk seperti membesarkan variasi produk seperti, memberikan variasi harga berdasarkan panjang dan lebar karpet.
- 2) Melalui kategori produk. Dalam hal pengembangan produk seperti memberikan kategori pengerjaan karpet berdasarkan jenis ketebalan karpet.
- 3) Berdasarkan lini produk. Dalam hal pengembangan produk berdasarkan lini produk seperti, kasur Palembang, gorden, matras, boneka dan *bad cover*.
- 4) Berdasarkan fungsinya. Dalam hal pengembangan produk berdasarkan fungsinya seperti memberikan jenis paket kecepatan pengerjaan *laundry* karpet seperti, selesai dalam 2 hari, 1 hari, ataupun selesai dalam 12 jam.
- 5) Menentukan produk baru dengan pasar yang baru. Dalam hal ini setiap penambahan varian produk akan mempermudah konsumen dan tentunya menambah keuntungan bagi penyedia jasa, hal ini seperti ditujukan pada pengerjaan terhadap sejadah yang ditujukan untuk masjid ataupun mushola.

³ *Ibid.*

b. Strategi Harga

Penentuan strategi harga adalah hal yang sangat berpengaruh dalam mengambil hati para konsumen terlebih lagi terhadap citra produk, pemilihan harga yang salah bisa berdampak buruk terhadap citra produk yang dimiliki. Dalam hal ini bapak Agus selaku pemilik bisnis melakukan strategi harga dengan menyamakan harga produk jasanya dengan harga produk jasa pesaing. Walaupun demikian halnya, kualitas dari pengerjaan yang dilakukan oleh pihak Ryanagi Carpet Wash Express yang menjadi pembeda sekaligus menjadi daya tarik tersendiri sehingga menjadikannya diminati konsumen.

Dalam hal ini bapak Agus telah menentukan standar dari pengerjaan *laundry* karpet itu sendiri sehingga kualitas dari hasil pengerjaannya sendiri itu menjadi baik dan tidak akan merugikan konsumen. dari segi kecepatan pengerjaan juga terbilang cukup baik dikarenakan beliau sendiri memiliki standar dari kecepatan pengerjaan, standar kecepatan tersebut meliputi ke dalam paket regular yang dapat diselesaikan dalam 2 hari, paket express yang dapat diselesaikan dalam 1 hari, kemudian paket super express yang dapat diselesaikan dalam waktu 12 jam, adapun harga dari berbagai varian paket tersebut memiliki perbedaan harga sesuai dengan kecepatan yang dipilih oleh konsumen, perbedaan harganya dikenakan tambahan biaya Rp2.000,00/meter untuk paket express, Rp4.000,00/meter untuk paket super express, dan harga normal untuk paket regular sesuai dengan jenis ketebalan karpet yang akan dikerjakan.

Ditambah lagi di dalam bisnis ini, beliau menerapkan diskon sebesar 20% dalam rangka bersedekah untuk setiap pengerjaan karpet yang dimiliki oleh tempat-tempat ibadah seperti masjid, musholla maupun majelis ta'lim. Menurut beliau hal ini dilakukan sebagai rasa keinginan beliau untuk membantu sekaligus sebagai dukungan beliau terhadap kelangsungan kegiatan yang diadakan oleh tempat-tempat ibadah maupun majelis ta'lim dengan cara meringankan harga dari *laundry* karpet itu sendiri.

Dari segi pembulatan harga pun beliau juga menerapkan unsur sedekah bagi setiap konsumennya yaitu pembulatan harga dengan menjadikan harga tersebut menjadi lebih rendah, hal ini dilakukan disamping agar bisnis beliau mendapat berkah sekaligus agar konsumen menjadi puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak beliau.⁴

c. Strategi Distribusi/Lokasi

Bisnis *laundry* karpet Ryanagi Carpet Wash Express terus mengalami pengembangan sampai pada saat ini, pada awal berdirinya bisnis ini belum memiliki *outlet* seperti sekarang ini dan lokasi dari tempat operasional dari bisnis ini pun berada di dalam gang dan hal ini tentunya mengurangi dari keefektifan dari pendistribusian sekaligus pemasaran yang dilakukan oleh pemilik bisnis. Kemudian berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan oleh pemilik bisnis bahwa karpet seakan-akan menjadi kebutuhan bagi masyarakat, maka dibukalah 2 *outlet* dengan sistem *join* dalam rangka memperluas strategi pemasaran sekaligus mempermudah pendistribusian dari bisnis Ryanagi Carpet

⁴ *Ibid.*

Wash Express ini. Kedua *outlet* tersebut terletak di pinggir jalan utama sehingga secara *visual* dapat terlihat oleh banyak pengendara yang lewat. Setiap karpet yang diserahkan konsumen untuk di *laundry* yang diterima oleh pemilik *outlet* hingga proses *laundry* selesai dan sampai ke tangan konsumen lagi, maka pemilik dari *outlet* mendapatkan keuntungan sebesar 20% dari harga total *laundry* karpet tersebut.

Hal ini terbilang cukup menguntungkan bagi kedua belah pihak baik bagi pemilik bisnis maupun pemilik tempat *outlet*, dari sisi pemilik bisnis, ia mendapatkan bantuan promosi dari pemilik *outlet* serta kemudahan distribusi, sedangkan dari sisi pemilik tempat *outlet*, setiap dari karpet yang dihimpunnya sampai proses *laundry* selesai hingga diserahkan kembali kepada konsumen maka pemilik *outlet* mendapatkan keuntungan 20% dari total harga *laundry*.

Pembukaan dari *outlet* ini sendiri berdampak positif dari strategi yang dilakukan oleh pemilik bisnis, oleh karena itu agar lebih memperkuat keefektifan dari strategi tersebut pemilik bisnis menambah kembali 1 *outlet* dengan sistem *join* dengan pemilik *laundry* pakaian, tetapi pembukaan *outlet* ini tetap menggunakan nama dari *laundry* pakaian tersebut yaitu 'Nely Laundry'.

Kemudian dalam rangka mempermudah proses pendistribusian dari segi pengantaran maupun penjemputan karpet di Kota Pelaihari, bapak Agus memiliki 1 agen yang bertugas untuk melakukan pengantaran maupun penjemputan dengan pembagian keuntungan 20% dari total harga *laundry* untuk agen dari setiap karpet yang diantar jemputnya. Biasanya agen ini beliau

gunakan saat beliau mendapatkan *order* langsung dari konsumen seperti melalui sms, telpon, whatapp dan lain sebagainya.

d. Strategi Promosi

Perkembangan lainnya dari segi promosi yang dilakukan oleh pihak *laundry* karpet Ryanagi Carpet Wash Express adalah seperti:

1) Memasang spanduk dan *Billboard*

Pada salah satu media promosi ini pihak *laundry* karpet milik bapak Agus memasang spanduk pada *outlet*, lokasi dari *outlet* yang berada di pinggir jalan utama memaksimalkan dari salah satu media promosi ini, karena secara *visual* spanduk dapat terlihat jelas bagi pengendara. Pemilihan kata-kata dari tulisan spanduk juga digunakan kata-kata yang terkesan modern agar dapat mempengaruhi pola pikir calon konsumen agar tertarik menggunakan produk jasa tersebut, seperti ditulis, spesialis cuci karpet menggunakan teknologi Turki. Sedangkan pada tempat operasional dipasang *billboard* untuk mempermudah konsumen yang akan mendatangi secara langsung ketempat operasional selain itu juga hal ini ditujukan untuk promosi kepada masyarakat sekitar dimana bisnis ini bertempat.

2) Menyebarkan brosur

Kegiatan promosi dengan cara menyebarkan brosur juga dilakukan oleh pihak *laundry* karpet milik bapak Agus, hal ini dilakukan dari awal pembentukan bisnis hingga sampai sekarang, penyebaran brosur dilakukan di berbagai tempat, beliau juga bisa membagikan brosur secara langsung kepada orang-orang, ataupun membagikannya ke *outlet-outlet* Ryanagi

Carpet Wash Express sehingga saat konsumen datang dapat lebih memudahkan dalam proses membagikan brosur tersebut.

3) Mengiklankan pada media sosial

Media yang satu ini adalah media yang terbilang cukup efektif dan efisien dalam strategi promosi, dikarenakan media sosial adalah sarana dimana terhubungnya berbagai macam orang dengan latar belakang yang berbeda-beda. Terus berkembangnya media sosial menjadikannya sebagai sarana yang sesuai untuk digunakan sebagai media promosi, dalam hal ini pemilik bisnis melakukan promosi lewat media sosial seperti facebook.

4) Memberikan potongan harga untuk tempat-tempat ibadah

Pemberian potongan harga juga dapat menjadi sebagai salah satu strategi promosi, pemotongan harga jual dapat menarik minat dari konsumen, oleh karenanya pihak bapak agus memberikan potongan harga sebesar 20% untuk setiap tempat-tempat ibadah, baik itu mushollah, mesjid, ataupun majelis ta'lim dan lain sebagainya.

5) Memberikan layanan antar jemput

Walaupun layanan antar jemput menjadi salah satu media dalam pelayanan terhadap konsumen, tetapi jika digunakan dengan tepat bisa menjadi sebagai media dalam promosi, dengan melakukan layanan ini akan mempermudah konsumen dalam menggunakan produk jasa ini, konsumen biasanya lebih menyukai hal yang praktis, oleh karenanya pemberian layanan antar jemput bisa menjadi tolak ukur konsumen dalam menggunakan produk jasa Ryanagi Carpet Wash Express, terlebih lagi

dengan pelayanan ini konsumen dapat berinteraksi secara langsung dengan agen yang pada dasarnya juga diberikan arahan untuk mempromosikan produk terhadap konsumen.

e. *People* (Orang)

Sebelum berdirinya bisnis *laundry* karpet ini, bapak Agus terlebih dahulu mengikuti pelatihan *laundry* karpet yang diadakan oleh perusahaan penyedia mesin *laundry* karpet di Jakarta, beberapa pelatihan disampaikan oleh perusahaan tersebut dari segi penggunaan mesin dan proses pengerjaan *laundry* karpet itu sendiri. Setelah itu beliau mengembangkan sendiri standar pengerjaan dari *laundry* karpet itu sendiri, informasi-informasi dari pengembangan standar pengerjaan itu beliau dapatkan dari media internet baik dari youtube, *website*, maupun blog. Hal-hal yang dirasa kurang dari hasil pelatihan *laundry* karpet di Jakarta beliau kembangkan, lalu beliau terapkan ke dalam proses pengerjaan *laundry* karpet tersebut. Kemudian dari standar pengerjaan yang beliau kembangkan tadi, beliau ajarkan kepada karyawan beliau, sehingga proses pengerjaan itu sendiri sesuai dengan standar, terlebih lagi beliau juga memberi arahan karyawan agar dalam pengerjaannya menjadi maksimal dan hal inipun juga di monitor oleh beliau agar tidak terjadi hal-hal yang dirasa dapat mengurangi kualitas hasil. Dari standar pengerjaan inilah yang dianggap dapat menghasilkan kepuasan dari para konsumen.

f. *Process* (Proses)

Dari segi proses yang dilakukan oleh pihak *laundry* karpet Ryanagi Carpet Wash Express, bapak Agus selaku pemilik bisnis ini menerapkan

standar pengerjaan yang terdiri dari standar proses dan standar kebersihan, standar proses harus sesuai dengan prosedur yang sudah ditetapkan oleh pemilik bisnis ini dan karyawan tidak diperbolehkan untuk mengurangi prosedur yang sudah ditetapkan, dari segi standar kebersihan bapak Agus selaku pemilik memperhatikan kualitas dari hasil *laundry*-nya, jika standar kebersihan belum tercapai maka proses *laundry* akan diulang. Beliau juga memberikan kemudahan distribusi dengan menyediakan *outlet* dan menyediakan layanan antar jemput. Dari segi pengerjaannya pemilik bisnis juga ikut ke dalam proses pengerjaan, sehingga hasil dapat terkontrol lebih maksimal.

g. *Customer Services* (Pelayanan Pelanggan)

Dari segi pelayanan terhadap konsumen pihak Ryanagi Carpet Wash Express memberikan pelayanan semaksimal mungkin dari segi pengerjaan, layanan antar jemput dan ketepatan waktu, terlebih lagi pelayanan dari segi sikap juga diterapkan yaitu, sopan santun, ramah dan bersahabat, dan terlebih lagi memberikan pelayanan pengerjaan ulang jika saat transaksi telah selesai karpet masih kotor selama hal itu masih dari kesalahan pihak penyedia jasa. Dengan hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dari konsumen dan hal ini akan memberikan *image* yang baik bagi kelangsungan bisnis itu sendiri.

2. Kendala yang Dihadapi dalam Mengembangkan Bisnis Ryanagi Carpet Wash Express

Dalam kegiatannya terlebih lagi yang berhubungan dengan cara bagaimana proses pemilik bisnis dalam mengembangkan bisnisnya, berdasarkan hasil

wawancara setidaknya ada 5 hal yang menjadi faktor kendala dalam berkembangnya bisnis *laundry* karpet Ryanagi Carpet Wash Express di antaranya:

- a. Dari segi pelayanan. Pelayanan antar jemput masih menggunakan kendaraan roda dua sehingga kurang maksimal dari segi proses antar jemput.
- b. Dari segi modal. Modal yang dimiliki sekarang dirasa masih kurang untuk dapat mengembangkan bisnis ke tahap yang lebih lanjut lagi. Oleh sebab itu fokus dari pemilik bisnis lebih tertuju kepada penguasaan pasar yang berada di Kota Pelaihari.
- c. Dari segi lokasi operasional. Lokasi yang berada di dalam gang dan kurang strategis menyebabkan sulitnya pengenalan terhadap bisnis *laundry* karpet Ryanagi Carpet Wash Express dan disatu sisi juga dapat menyulitkan konsumen yang ingin mengantar langsung karpet ke tempat operasional.
- d. Dari segi pesaing. Pesaing terus mengembangkan bisnisnya dengan cara menambah *outlet* di kota Pelaihari, ditambah lagi terkadang *outlet* pesaing mengakui bahwa *outlet* miliknya sama dengan *outlet* Ryanagi Carpet Wash Express.
- e. Cuaca yang tidak menentu seperti hujan terkadang juga menjadi kendala tertentu bagi bisnis ini karena dari proses pengeringan akan sedikit terhambat.⁵

⁵ *Ibid.*

C. Analisis Data

Berdasarkan data yang penulis dapatkan dari pemilik *laundry* karpet Ryanagi Carpet Wash Express di Pelabuhan mengenai strategi pengembangan bisnis serta kendalanya dalam mengembangkan jasa *laundry* karpet tersebut, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis pada *Laundry* Karpet Ryanagi Carpet Wash Express

Berkaitan dengan strategi pengembangan bisnis yang berkaitan dengan strategi pemasaran jasa, maka dapat dikategorikan dalam beberapa kategori, yaitu:

a. Strategi Produk

Produk merupakan keseluruhan konsep atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Yang perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk saja, tetapi membeli manfaat dan nilai produk tersebut yang di sebut "*the offer*". Utamanya, pada produk jasa, tidak dikenal munculnya peralihan kepemilikan dari penyedia jasa kepada konsumen.⁶

Dalam halnya berproduksi, Allah telah menyediakan bumi beserta isinya sebagai rezeki bagi manusia, dan dari itu pula manusia dapat menjadikannya sebagai modal dalam berproduksi. Hal ini telah disampaikan di dalam Q.S. al-Mulk/ 67: 15.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ دَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

⁶ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran jasa Cetakan ke-4*, (Jakarta: Salemba Empat, 2016), h. 92-93.

“Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”⁷

Berdasarkan ayat tersebut jelaslah bahwa Allah menyediakan rezeki yang luas, namun untuk memperoleh rezeki tersebut harus dengan berusaha. Salah satu caranya adalah dengan cara bekerja seperti berbisnis dan mengembangkan bisnis itu sendiri.

Suatu bisnis harus terus berkembang agar dapat bertahan seiring dengan berkembangnya kemajuan zaman dan teknologi. Kemudian berkaitan dengan pengembangan bisnis yang dilakukan oleh pihak *laundry* karpet Ryanagi Carpet Wash Express, mereka selalu berusaha memberikan hasil yang terbaik bagi konsumen terlebih lagi mereka juga selalu berusaha dalam mengembangkan produknya. Dalam proses pengembangan yang dilakukan oleh pihak Ryanagi Carpet Wash Express dari aspek produk telah sesuai dengan teori tentang mengembangkan pasar dengan cara mengembangkan produknya. Dalam mengembangkan produknya bapak Agus selaku pemilik bisnis mengembangkan bisnisnya dengan cara sebagai berikut:

- 1) Memperbesar varian produk.
- 2) Mengembangkan melalui kategori produk.
- 3) Mengembangkan berdasarkan lini produk.
- 4) Mengembangkan berdasarkan fungsinya.
- 5) Menentukan produk baru dengan pasar yang baru

⁷ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an & Tafsirnya*, Jilid 1, (Jakarta: Lentera Abadi, 2010), h. 236-237.

Berkembangnya produk yang terdapat pada Ryanagi Carpet Wash Express menjadikannya dapat bersaing serta bertahan ditengah perkembangan zaman yang modern ini. Strategi produk yang juga dilakukan oleh pihak Ryanagi Carpet Wash Express sebagian besar juga telah dilakukan seperti menentukan logo, menciptakan merek, membuat kemasan bungkus karpet dengan pengemasan yang tetap memperhatikan kualitas, dan lain sebagainya dan hal ini telah sesuai dengan teori yang ada pada bab 2.

b. Strategi Harga

Harga dapat diartikan sebagai ekspresi dari sebuah nilai, di mana nilai tersebut menyangkut kegunaan dan kualitas produk, citra yang terbentuk melalui iklan dan promosi, ketersediaan produk melalui jaringan distribusi dan layanan yang menyertainya.⁸ Harga yang telah ditetapkan oleh pemilik Ryanagi Carpet Wash Express tidak jauh berbeda dengan harga para pesaing. Namun dari semua itu ada beberapa faktor yang menjadi perhatian dalam menentukan harga, faktor-faktor tersebut harus dipertimbangkan dengan matang dan tepat seperti biaya bahan baku yang biasanya menjadi faktor utama dalam menentukan harga jual produk, biaya *overhead* yang juga penting yang bisa dianalisis dalam penentuan struktur harga, serta biaya tenaga kerja yang berkenaan dengan proses produksi dari suatu bisnis.

Kemudian dalam hal bersaing bapak Agus selaku pemilik bisnis menetapkan harga produk jasanya berdasarkan harga pasar, artinya dalam hal ini beliau menetapkan harga dengan harga yang kurang lebih sama dengan

⁸Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudiby, *Marketing Muhammad*, (Bandung: PT. Karya Kita, 2007), h. 49.

harga yang dimiliki oleh pesaing, ini dilakukan agar persaingan bisnis dari segi harga tetap sehat dan adil, tetapi yang menjadi pembeda dari produk ini adalah dari segi kualitas hasil.

Dalam hal ini penentuan dari harga yang ada pada bisnis Ryanagi Carpet Wash Express telah sesuai dengan teori penentuan harga berdasarkan harga pasar (*price based market*).

Pemberian harga dari produk jasa *laundry* karpet ini disesuaikan dengan keinginan masyarakat oleh karenanya pemilik bisnis ini menyediakan paket-paket *laundry* karpet seperti regular, express, dan super express, dengan harga berbeda-beda pada masing-masing tingkatan. Dan pada aspek inipun harus memiliki unsur keikhlasan antara kedua belah pihak. Hal ini sesuai dengan firman Allah Q.S. an-Nisa/ 4: 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁹

Berdasarkan ayat di atas jelaslah bahwa dalam hal bertransaksi jual beli, baik jual beli barang atau jasa haruslah dengan unsur suka sama suka tanpa ada unsur keterpaksaan antara kedua belah pihak.

c. Strategi Distribusi/Lokasi

⁹ Kementerian Agama RI, *Al Qur'an & Tafsirnya*, Jilid 2, (Jakarta: Lentera Abadi, 2010), h. 153.

Lokasi (berhubungan dengan sistem penyampaian). Dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi. ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan di mana lokasi yang strategis.¹⁰

Berdasarkan hal ini lokasi operasional bisnis *laundry* karpet ini bertempat di Kota Pelaihari dan beralamat di jalan Ki Hajar Dewantara Rt. 7A, RW.3, No.33, Kelurahan Angsau. Tempat dimana bisnis ini beroperasi tidak lain adalah rumah dari bapak Agus sendiri, hal ini dilakukan agar dapat memaksimalkan proses pengerjaan sekaligus menghemat biaya karena tidak harus menyewa ataupun membeli lahan baru. Walaupun demikian lokasi yang bertempat di dalam gang ini di anggap akan menyulitkan dalam proses pengenalan, distribusi serta dapat menyulitkan konsumen baru yang ingin mendatangi langsung ke tempat bisnis ini beroperasi, maka karena itu dilakukanlah pengembangan bisnis dengan cara membuka *outlet* agar mempermudah proses pengenalan, distribusi dan mempermudah konsumen, serta diberikannya layanan antar jemput karpet agar mempermudah proses distribusi dari bisnis ini. Hal ini sesuai dengan teori pemilihan tempat, dimana pemilik bisnis membuka *outlet* agar mempermudah konsumen. Pembukaan *outlet* ini juga didasari dengan sistem *join*, dan penyediaan layanan antar jemput dimana pihak penyedia jasa yang mendatangi konsumen secara langsung dengan tetap memperhatikan kualitas dari distribusi itu sendiri.

¹⁰ Rambat Lupiyoadi, *op.cit.*, h. 96.

Pengembangan bisnis yang dilakukan oleh pihak Ryanagi Carpet Wash Express yang dilakukan dengan cara kerjasama *join* ini juga telah sesuai dengan teori pengembangan bisnis dengan sistem distribusi penjualan ke dalam (*internal*). Dengan adanya sistem seperti ini maka memberikan bantuan yang saling menguntungkan pihak-pihak yang terlibat.

d. Strategi Promosi

Kegiatan ini sama pentingnya dengan ketiga kegiatan sebelumnya. Dalam kegiatan ini setiap pengusaha berusaha mempromosikan seluruh produk dan atau jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi pelanggan tidak dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan.¹¹

Dalam hal kegiatan berbisnis khususnya dari segi promosi yang dilakukan pihak Ryanagi Carpet Wash Express telah sesuai dengan teori strategi promosi yang meliputi empat sarana, yaitu, periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), dan penjualan pribadi (*personal selling*). Adapapun penjelasannya sebagai berikut:

1) Periklanan (*advertising*)

Sistem komunikasi ini membutuhkan media tetapi tidak menggunakan individu atau perorangan. Sistem komunikasi ini dilakukan secara langsung dengan calon konsumen agar pelanggan tertarik akan produk yang dipromosikan. Dalam hal ini pihak Ryanagi Carpet Wash Express melakukan promosi pengiklanan berupa memasang spanduk pada

¹¹ Leonardus Saiman, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 230.

outlet, memasang *billboard* pada tempat operasional dan menyebarkan brosur secara langsung kepada orang-orang ataupun lewat *outlet*.

2) Promosi penjualan (*sales promotion*),

Promosi penjualan digunakan dalam meningkatkan jumlah konsumen yang menggunakan produk yang ditawarkan, salah satu cara yang dilakukan oleh pihak bapak Agus yaitu, dengan cara memberikan pemotongan harga, sebesar 20% untuk setiap tempat-tempat ibadah, baik itu mushollah, mesjid, ataupun majelis ta'lim dan lain sebagainya.

3) Publisitas (*publicity*)

Publisitas yang dimaksud di sini adalah informasi tentang barang yang diberitahukan ke masyarakat melalui media internet. Penggunaan media sosial sebagai media dalam mempromosikan produk sudah dilakukan oleh banyak orang, dan hal ini pula yang dilakukan oleh pihak Ryanagi Carpet Wash Express, dalam promosinya di media sosial bapak Agus melakukan promosi melalui salah satu media sosial yaitu facebook.

4) Penjualan pribadi (*personal selling*)

Promosi dengan cara penjualan secara pribadi menggunakan media individu dalam berkomunikasi dengan konsumen dengan tujuan mengenalkan produk secara langsung kepada konsumen, melakukan persuasi kepada calon pelanggan, serta menyakinkan dan membuat pelanggan percaya dengan produk yang ditawarkan. Maka dalam hal ini pemilik bisnis memberikan arahan kepada agen selain melakukan antar jemput terhadap karpet juga ditujukan agar mempromosikan produk yang

dimiliki serta kelebihanannya serta kekurangannya, baik terhadap konsumen maupun calon konsumen.

Dalam mempromosikan suatu produk seorang muslim haruslah jujur dan tidak dibenarkan menutupi apa yang menjadi kekurangan dari produknya. Sebagaimana tercatat dalam hadits Shahih Muslim 1606:

حَدَّثَنَا زُهَيْرُ بْنُ حَرْبٍ. حَدَّثَنَا أَبُو صَفْوَانَ الْأُمَوِيُّ. وَحَدَّثَنِي أَبُو طَاهِرٍ وَحَرَمَلَةُ بْنُ يَحْيَى. قَالَا: أَخْبَرَنَا ابْنُ وَهْبٍ. كِلَاهُمَا عَنْ يُونُسَ. عَنْ ابْنِ شَهَابٍ عَنْ ابْنِ الْمُسَيَّبِ أَنَّ أَبَا هُرَيْرَةَ قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: الْحَلْفُ مُنْفَقَةٌ لِلسَّلْعَةِ مَحَقَّةٌ لِلرِّيحِ¹²

“Zuhari bin Harb menceritakan kepada kami, Abu Shafwan Al Umawi menceritakan kepada kami [Rangkaian *sanad* dari jalur lain menyebutkan] dan Abu Thahir dan harmalah bin Yahya menceritakan kepadaku, keduanya berkata: “*Ibnu Wahb mengabari kami, keduanya dari Yunus, dari Ibnu Syihab, dari Ibnu Musayyib; bahwa Abu Hurairah berkata*”: “*Aku mendengar Rasulullah SAW bersabda:”Sumpah itu melariskan dagangan tetapi menghapus keberkahan keuntungan.*”¹³

Hadits ini menunjukkan larangan bersumpah, termasuk sumpah yang tidak diperlukan seperti sumpah untuk melariskan dagangan, dan barangkali agar menipu pembeli dengan sumpah tersebut.

e. *People* (Orang)

Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, orang yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Agar ‘orang’ yang selaku penyedia jasa itu dapat memberikan hasil yang baik maka

¹² Abu Husain, Muslim Bin Al-Hajjaj Al-Qusyairi An-Naisaburi, *Shahih Muslim*, Juz 3, (Bandung: CV Diponegoro, TT), h. 1228.

¹³ Imam An-Nawawi, *Syarah Shahih Muslim*, Jilid 11, terj. Ahmad Khatib, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2011), h. 109.

perlu adanya keselarasan dari proses pengerjaan jasa itu sendiri, penyesuaian proses pengerjaan itu didapat dengan cara dilatih serta dibimbing.

Dalam hal ini bapak Agus melatih dan membimbing dengan cara mengajarkan cara mengoperasikan mesin dan langkah-langkah dalam mengerjakan proses *laundry* karpet tersebut dengan cara yang sesuai dengan standar pengerjaan yang ada pada bisnis Ryanagi Carpet Wash Express ini, dan juga beliau memberikan motivasi kepada karyawannya agar semangat dan maksimal dalam bekerja dan mengawasi kinerja dari karyawannya secara pribadi, sehingga kualitas dari bisnisnya ini terjaga dengan baik.

Nabi Muhammad pernah mengingatkan, jika menempatkan seseorang bukan pada pekerjaan yang ia kuasai dengan baik, maka bersiaplah untuk mengalami kehancuran. Seperti hadits yang tercatat di dalam Shahih Bukhari nomor 6110:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ سِنَانَ حَدَّثَنَا فُلَيْحُ بْنُ سُلَيْمَانَ حَدَّثَنَا هِلَالُ بْنُ عَلِيٍّ عَنْ عَطَاءِ بْنِ يَسَارٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا ضَيِّعْتَ الْأَمَانَةَ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ قَالَ كَيْفَ إِضَاعَتُهَا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ إِذَا أُسْنِدَ الْأَمْرُ إِلَى غَيْرِ أَهْلِهِ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ¹⁴

Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Sinan telah menceritakan kepada kami Fulaih bin Sulaiman telah menceritakan kepada kami Hilal bin Ali dari 'Atha' bin yasar dari Abu Hurairah radhilayyahu'anhu mengatakan; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "*Jika amanat telah disia-siakan, tunggu saja kehancuran terjadi.*" Ada seorang sahabat bertanya; "*bagaimana maksud amanat disia-siakan? ' Nabi menjawab; "Jika urusan diserahkan bukan kepada ahlinya, maka tunggulah kehancuran itu."*¹⁵

¹⁴ Abu Abdillah Muhammad Ismail bin Ibrahim bin Mughirah Al-Ja'fi Al-Bukhari, *Jami As-Shahih*, Juz 8, (Beirut: Darut Thouqin Najat, 2001), h. 104.

¹⁵ Al Imam Al Hafizh Ibnu Hajar Al Asqalani, *Fathul Baari Cetakan ke-2*, Jilid 31, terj. Amir Hamzah, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007) h. 351.

Pada hadits tersebut jelaslah bahwa jika seseorang yang tidak pada bidangnya atau tidak memahami pekerjaannya apabila ia memaksakan untuk bekerja maka kerugianlah yang akan didapat.

f. *Prosess* (Proses)

Proses merupakan gabungan semua aktifitas, yang umumnya terdiri atas prosedur jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal-hal rutin, di mana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.¹⁶ Proses yang terdapat pada Ryanagi Carpet Wash Express adalah semua proses serta pelayanan yang diberikan, dari karpet itu diterima hingga selesai dan kembali ke tangan konsumen.

Bisnis ini memiliki prosedur tersendiri dalam proses pengerjaannya oleh karenanya hal ini dapat membuat mekanisme dari pengerjaan *laundry* ini lebih teratur dan konsisten dari segi waktu dan kualitas. Agar hal ini dapat terkontrol secara baik pemilik bisnis juga terjun langsung ke dalam proses pengerjaan agar dapat memberikan hasil yang terbaik bagi konsumen.

Penetapan prosedur pengerjaan ini memberikan standar proses dan standar kebersihan dan hal ini menekankan bahwa pada bisnis *laundry* karpet ini selalu berusaha memberikan hasil yang terbaik bagi konsumen.

Disamping itu pada proses bisnis ini juga menambah keragaman dengan cara meningkatkan kompleksitas dengan cara meningkatkan jasa yang ada, seperti memberikan pelayanan antar jemput dan pengerjaan secara *extra* teliti khususnya terhadap pembersihan sisa-sisa bulu ataupun rambut yang ada

¹⁶ Rambat Lupiyoadi, *op.cit.*, h. 98.

pada karpet agar kualitas dari bisnis ini terjamin dan dapat memuaskan konsumen . Hal ini sesuai dengan teori proses yang ada pada bab 2 dalam hal meningkatkan kompleksitas.

g. *Customer Services* (Layanan Pelanggan)

Layanan pelanggan meliputi aktifitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat, termasuk pelayanan pratransaksi, saat transaksi, dan pascatransaksi. Kegiatan pratransaksi akan turut mempengaruhi kegiatan saat dan pascatransaksi. Oleh karena itu, kegiatan pendahulunya harus dilakukan sebaik mungkin sehingga konsumen memberikan respon yang positif dan menunjukkan loyalitas yang tinggi.¹⁷

Layanan pelanggan yang diterapkan dalam kegiatan sehari-hari dari bisnis Ryanagi Carpet Wash Express sangat diutamakan hal ini meliputi pelayanan dari segi pengerjaan semaksimal mungkin dengan memperhatikan setiap detil proses pengerjaan, memaksimalkan ketepatan waktu dalam pengerjaan, dan memperhatikan aspek sikap yang terjadi di dalam transaksi, memberikan pelayanan antar jemput karpet saat pratransaksi, dan memberikan pengerjaan ulang jika pascatransaksi konsumen melapor bahwa karpet masih kotor ataupun kualitas hasil pengerjaan masih kurang bersih. Di samping itu lagi dalam bisnis ini menerapkan sikap yang sopan, ramah, dan bersahabat agar konsumen merasa nyaman dan diharapkan status yang menghubungkan antara konsumen dengan pemilik bisnis ini dapat berubah menjadi tali pertemanan yang kokoh. Hal ini ditekankan dalam Shahih Bukhari nomor 1948:

¹⁷ *Ibid.*, h. 99.

حَدَّثَنَا عَلِيُّ بْنُ عَيَّاشٍ حَدَّثَنَا أَبُو غَسَّانَ مُحَمَّدُ بْنُ مُطَرِّفٍ قَالَ حَدَّثَنِي مُحَمَّدُ بْنُ الْمُنْكَدِرِ عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَّحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا اقْتَضَى.¹⁸

Telah menceritakan kepada kami Ali bin Ayyasy telah menceritakan kepada kami Abu Ghossan Muhammad bin Al Munkadir dari Jabir bin Abdullah radiallahu ‘anhu bakwa Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda: “Allah mengasihani orang yang murah hati apabila menjual, apabila membeli dan juga apabila menagih.”¹⁹

Dari hadits di atas dipahami, maksud “murah hati” adalah tidak bersitegang atau yang sepertinya, bukan berarti tidak melakukan perhitungan saat melakukan jual beli.²⁰

2. Analisis Kendala yang Dihadapi dalam Mengembangkan Bisnis Ryanagi Carpet Wash Express

Mengingat bahwa di dalam bisnis yang diteliti memiliki kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman bagi kelangsungan bisnis Ryanagi Carpet Wash Express maka perlu dilakukan suatu analisis, yaitu dengan menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, dan Threat*), untuk mengetahui posisi dari bisnis yang diteliti dari segi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman sehingga dapat diketahui apa yang menjadi kekuatan dan hambatan bagi kelangsungan bisnis yang diteliti. Kemudian pada pembahasan ini pula akan

¹⁸ Abu Abdillah Muhammad Ismail bin Ibrahim bin Mughirah Al-Ja'fi Al-Bukhari, *Jami As-Shahih*, Juz 3, (Beirut: Darut Thouqin Najat, 2001), h. 57.

¹⁹ Al Imam Al Hafizh Ibnu Hajar Al Asqalani, *Fathul Baari Cetakan ke-2*, Jilid 12, terj. Amiruddin, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), h. 62.

²⁰ *Ibid.*, h. 63.

digunakan analisis matrik SWOT dimana setiap hubungan yang ada akan diberikan solusi atau strategi yang harus dilakukan.

a. Kekuatan dan kelemahan dari bisnis *laundry* karpet Ryanagi Carpet Wash Express

Adapun kekuatan yang dimiliki dari bisnis Ryanagi Carpet Wash Express adalah:

- 1) *Outlet* yang bertempat di pinggir jalan sehingga mempermudah konsumen yang ingin mengantar karpet dan karena letaknya yang di pinggir jalan menjadikannya mudah dilihat bagi pengendara yang lewat.
- 2) Adanya pelayanan antar jemput karpet yang dapat mempermudah konsumen, karena sifatnya yang praktis menjadi kekuatan tertentu bagi bisnis ini.
- 3) Karena tempat operasional dari bisnis ini bertempat di Kota Pelaihari maka dari segi ketepatan waktu pengerjaan dan pengantaran dapat tepat waktu.
- 4) Kualitas hasil pengerjaan yang bersih secara mendetil dengan memperhatikan setiap sisi dari karpet menjadikan konsumen percaya dengan kualitas hasil dari bisnis *laundry* karpet ini kemudian karpet dibungkus dengan rapi dan rapat sehingga menjadikan aroma dari parfum *laundry* lebih tahan lama disimpan.
- 5) Memberikan layanan pengerjaan ulang jika hasil *laundry* kurang bersih atau masih kotor selama hal itu masih dari kesalahan dari penyedia jasa.

Dari segi kelemahan yang dimiliki dari bisnis Ryanagi Carpet Wash Express adalah:

- 1) Tempat operasional dari bisnis Ryanagi Carpet Wash Express yang berada di dalam gang dan kurang strategis sehingga dapat mempersulit proses pengenalan terhadap konsumen baru yang ingin langsung mengantar karpet.
 - 2) Dari segi pelayanan antar jemput karpet masih menggunakan kendaraan roda dua sehingga kurang maksimal dari segi proses antar jemput.
 - 3) Dari segi modal yang dimiliki sekarang dirasa masih kurang untuk dapat mengembangkan bisnis ke tahap yang lebih lanjut lagi.
 - 4) Penamaan dari bisnis Ryanagi Carpet Wash Express dirasa cukup panjang dan sulit diucapkan sehingga menyulitkan konsumen yang awam dalam mengingat maupun mengucapkan nama dari bisnis ini.
 - 5) Dari segi bentuk logo dan nama merek di spanduk berbeda dengan nama dan logo di nota, sehingga hal ini dianggap kurang konsisten dari segi penulisan nama merek dan logo sehingga hal ini dapat membingungkan konsumen.
- b. Peluang dan ancaman dari bisnis *laundry* karpet Ryanagi Carpet Wash Express

Adapun peluang yang dimiliki dari bisnis Ryanagi Carpet Wash Express adalah:

- 1) Peluang ekonomi yang baik karena selama masyarakat tetap menggunakan karpet sebagai alas duduk pada berbagai kegiatan baik untuk santai ataupun untuk kegiatan lainnya maka hal itu menjadi peluang bisnis yang baik bagi Ryanagi Carpet Wash Express.
- 2) Masih sedikitnya penyedia jasa *laundry* karpet di Kota Pelaihari sehingga peluang persaingan bisnis belum terlalu ketat.
- 3) Perkembangan teknologi yang terus berkembang sehingga dapat mempermudah proses promosi dan komunikasi dengan pelanggan.

Dari segi ancaman yang terdapat pada bisnis Ryanagi Carpet Wash Express adalah:

- 1) Pesaing yang terus mengembangkan bisnisnya di Kota Pelaihari dengan cara menambah *outlet* menjadi ancaman tertentu bagi kelangsungan bisnis Ryanagi Carpet Wash Express yang pada dasarnya bisnis ini tergolong masih baru dalam proses perkembangannya.
- 2) Terkadang *outlet* pesaing mengakui bahwa *outlet* miliknya adalah *outlet* yang sama dengan *outlet* Ryanagi Carpet Wash Express sehingga dapat merugikan pihak bapak Agus selaku pemilik bisnis.
- 3) Cuaca yang tidak menentu seperti hujan terkadang juga menjadi kendala tertentu bagi bisnis ini karena dari proses pengeringan akan sedikit terhambat.

c. Analisis Pendekatan Matrik SWOT

Pada tahap ini selanjutnya dilakukan analisis dan penentuan keputusan dengan menempatkan pendekatan matrik SWOT di mana setiap hubungan tersebut diberikan solusi strategi yang harus dilakukan. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada tabel berikut ini.

Hasil Analisis Pendekatan Matrik SWOT

Tabel 2

	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
	<p>1. <i>Outlet</i> yang bertempat di pinggir jalan mempermudah konsumen yang ingin mengantar karpet dan karena letaknya yang di pinggir jalan menjadikannya mudah dilihat pengendara yang lewat.</p> <p>2. Adanya pelayanan antar jemput .</p> <p>3. Tempat operasional bisnis yang bertempat di kota Pelaihari maka ketepatan waktu pengerjaan dan pengantaran dapat tepat waktu.</p> <p>4. Kualitas hasil pengerjaan yang</p>	<p>1. Tempat operasional yang kurang strategis sehingga menyulitkan proses pengenalan bisnis.</p> <p>2. pelayanan antar jemput masih menggunakan kendaraan roda dua sehingga kurang maksimal.</p> <p>3. Modal yang dimiliki dirasa masih kurang untuk mengembangkan bisnis lebih lanjut lagi.</p> <p>4. Penamaan dari bisnis dirasa cukup panjang dan sulit diucapkan sehingga terkadang</p>

	bersih secara mendetil dan dibungkus dengan rapi dan rapat agar aroma parfum dapat lebih tahan lama. 5. Memberikan layanan pengerjaan ulang jika hasil <i>laundry</i> kurang bersih atau masih kotor.	dapat menyulitkan konsumen. 5. Bentuk logo dan nama merek pada spanduk berbeda dengan nama dan bentuk logo pada nota.
<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peluang ekonomi yang cukup baik karena kebiasaan masyarakat yang masih menggunakan karpet pada berbagai kegiatan. 2. Masih sedikitnya penyedia jasa <i>laundry</i> karpet di Kota Pelaihari. 3. Perkembangan teknologi yang terus berkembang sehingga dapat mempermudah proses promosi dan komunikasi. 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pertahankan atau tingkatkan kualitas hasil dari <i>laundry</i>. 2. Manfaatkan keadaan persaingan bisnis sejenis yang masih sedikit dengan memberikan keuntungan bagi konsumen seperti memberi layanan pengerjaan ulang jika karpet masih kotor. 3. Manfaatkan perkembangan teknologi dengan melakukan komunikasi dengan baik kepada konsumen dan utamakan 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan teknologi agar mempermudah promosi dan pengenalan bisnis. 2. Tingkatkan kualitas antar jemput karpet dengan mengutamakan keamanan jika modalnya masih kurang bisa dengan membuat tempat khusus meletakkan karpet pada kendaraan atau jika modalnya memadai gunakan mobil agar lebih maksimal. 3. Perbaiki identitas

	ketepatan waktu pengerjaan sesuai dengan paket yang dipilih konsumen.	bisnis dan tingkatkan frekuensi promosi agar konsumen terbiasa dengan kehadiran bisnis ini.
<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing yang terus mengembangkan bisnisnya di Kota Pelaihari dengan cara menambah <i>outlet</i>. 2. Terkadang <i>outlet</i> pesaing mengakui bahwa <i>outlet</i> miliknya adalah <i>outlet</i> yang sama dengan <i>outlet</i> Ryanagi Carpet Wash Express dan hal ini dapat merugikan. 3. Cuaca yang tidak menentu seperti hujan terkadang juga menjadi kendala proses pengeringan. 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perbaiki tampilan <i>outlet</i> agar lebih menarik perhatian dan meyakinkan konsumen. 2. Berikan ciri pada karpet seperti aroma wanginya yang berbeda ataupun bungkus karpet dengan memberikan merek pada bungkus ataupun pada nota agar menjadi pembeda dengan bisnis lain. 3. Kondisikan tempat penjemuran agar lebih terjaga jika sewaktu-waktu terjadi hujan. 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fokuskan terhadap penguasaan pangsa pasar dengan memperhatikan aspek yang dapat meningkatkan daya saing pada produk. 2. Konsisten terhadap kualitas hasil dan ketepatan waktu pengerjaan agar konsumen lebih loyal. 3. Berikan diskon pada tempat ibadah atau pada tempat kegiatan keagamaan lainnya agar bisnis ini memiliki kesan yang positif baik dari segi aspek pemasarannya maupun dalam perkembangannya

Dari analisis di atas dapat diketahui apa saja faktor yang dapat menjadi kendala dalam proses berkembangnya bisnis ini yang meliputi kelemahan sebagai faktor internal dan ancaman sebagai faktor eksternal, pada analisis ini juga diberikan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut.