

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini, kemajuan dalam teknologi, komunikasi, dan teknologi informasi memungkinkan globalisasi berkembang dengan cepat dan efektif. Globalisasi ini mengubah banyak aspek kehidupan sehari-hari, termasuk sosial, ekonomi, dan agama. Khususnya, fenomena perekonomian mengubah tatanan kerja sama, praktik bisnis, dan kebijakan pemerintah di banyak negara. Hal ini membuat para pemilik usaha harus selalu kritis melihat persaingan penjualan yang semakin ketat karena penjualan tidak lagi hanya bersumber dari penjualan lokal saja, tetapi sudah merambah ke penjualan internasional. Akibatnya, setiap bisnis harus dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan memiliki etika bisnis yang sejalan dengan pesaing. Karena banyaknya pesaing, volume produk yang meningkat, dan kemajuan teknologi yang pesat, situasi seperti ini menyebabkan persaingan yang tajam antara bisnis. Maka dari itu, perusahaan harus mengetahui elemen lingkungan yang dapat memengaruhi bisnis mereka. Oleh karena itu, pemilik bisnis dapat menentukan strategi bisnis apa yang tepat dan bagaimanapun caranya harus diterapkan. Dengan demikian, persaingan menjadi penting untuk menentukan keberhasilan suatu usaha.

Bisnis adalah bagian penting dari masyarakat, bukan secara terpisah darinya, tetapi dengan segala aktivitasnya. Seseorang membeli barang dan jasa yang mereka inginkan supaya mereka dapat menikmati hidup dengan

kebahagiaan. Bisnis adalah aktivitas atau kegiatan mendistribusikan sumber daya yang dimiliki untuk membuat barang ataupun jasa yang dapat diperjualbelikan kepada *customer* dengan tujuan memperoleh keuntungan atau pengembalian hasil. Sebelum melakukan apa pun dalam bisnis, Anda harus merencanakan strateginya.

Strategi, menurut Basu Swastha (2014) adalah suatu rencana yang harus dilakukan supaya tujuan yang diinginkan tercapai. Strategi bisnis adalah perencanaan perusahaan untuk mengadopsi kebijakan serta prosedur yang terdiri dari komitmen dan perilaku yang kompleks untuk memenuhi dan mencapai tujuan perusahaan. Strategi ini bertujuan supaya perusahaan mengalami keunggulan dalam persaingan. Bisnis adalah jenis aktivitas yang menghasilkan nilai melalui penyediaan jasa, perdagangan, atau pengolahan produk.

Industri jasa telah berkembang lebih cepat daripada sebelumnya ditengah dunia bisnis yang sangat ketat saat ini. Hal tersebut dapat diketahui dari semakin tingginya keinginan konsumen akan berbagi informasi dengan industri jasa. Dengan dunia bisnis yang semakin maju dan berkembang di era globalisasi, membuat industri jasa saat ini menjadi bagian dari lingkungan bisnis yang sangat kompetitif. Keberhasilan kompetensi sangat penting bagi bisnis. Dalam hal ini, perusahaan harus lebih inovatif dan kreatif untuk memanjakan pelanggan dengan menawarkan produk dengan pelayanan yang baik. Ini akan membuat perusahaan menarik pelanggannya untuk berkolaborasi dengannya lagi.

Oleh karena itu, persepsi konsumen akan berubah dari pandangan negatif tentang bisnis menjadi pandangan positif, yang secara langsung dapat mengubah pandangan konsumen menjadi lebih puas, mendorong mereka untuk menggunakan layanan yang ditawarkan perusahaan di pasar sasaran.

Tidak peduli apakah pemilik bisnis siap untuk menghadapi persaingan saat mereka memilih untuk berpartisipasi dalam dunia bisnis. Usaha kecil dan perusahaan besar tidak hanya mengalami persaingan bisnis. Dengan demikian, pemilik usaha di bidang jasa harus mampu membuat penawaran yang lebih inovatif untuk membuat kedua belah pihak puas: pemilik usaha yang ingin mendapatkan keuntungan dari jasa yang mereka tawarkan dan konsumen yang ingin mempertahankan citra positif dari pelayanan jasa yang diberikan.

Hal – hal tersebutlah yang akhirnya memaksa pemilik usaha untuk lebih memerhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi bisnisnya. Ini membantu mereka memahami strategi bisnis maupun bagaimana strategi tersebut diterapkan. Pemilik bisnis harus lebih berhati-hati untuk membaca dan mengantisipasi pasar untuk menjaga layanan yang baik dikarenakan persaingan menjadi hal yang penting bagi kesuksesan dan kegagalan perusahaan. Mereka juga diharuskan memahami kekuatan dan kelemahan pesaing, yang dapat membantu pemilik bisnis dalam mengurangi risiko dan memanfaatkan peluang yang ada.

Ada banyak peluang bisnis saat ini, terutama bagi kawula muda. Ada banyak cerita yang menginspirasi dan mendorong kawula muda yang sukses

dalam berbisnis di berbagai bidang. Indonesia memiliki banyak peluang untuk menangani masalah ekonomi dan bisnis karena statusnya sebagai negara berkembang.

Tidak diragukan lagi, meningkatnya minat masyarakat dalam bisnis akan meningkatkan tingkat persaingan. Bisnis jasa juga mengalaminya. Persaingan tidak dapat dipisahkan dari perusahaan besar ataupun kecil. Semakin banyak bisnis di bidang yang sama akan membuat persaingan semakin ketat. Selain itu, jika bisnis yang menawarkan jasa berlokasi di daerah yang sama, persaingan akan semakin ketat.

Untuk mempertahankan dan bertahan dalam persaingan bisnis, penyedia jasa harus menggunakan teknologi canggih sebagai alat atau media karena kemajuan teknologi pada saat ini. Hingga kini, teknologi informasi telah menjadi hal biasa dan merupakan komponen penting dari setiap aspek kehidupan. Sangat penting bagi berbagai pihak, termasuk sektor jasa, kesehatan, bisnis, lowongan kerja, dan lain sebagainya. Untuk memiliki akses ke informasi yang cepat, akurat, dan terkini. Layanan informasi yang cepat dan mudah digunakan saat ini sangat dibutuhkan oleh berbagai kalangan (Neyfa & Tamara, 2016).

Dengan demikian, sebagai penyedia jasa harus dapat memprediksi bagaimana bisnis cuci sepatu akan saling bersaing. Hal ini dilakukan untuk memperkuat bisnis dan mempertahankan kualitas pelayanan demi kenyamanan dan kepuasan pelanggan, karena pada hakikatnya tujuan dari bisnis yaitu untuk

membuat pelanggan senang. Oleh karena itu, pengelola jasa diharuskan untuk terus memberikan kualitas pelayanan yang tinggi agar pelanggan tetap puas. Pengelolaan industri jasa ini dapat mencakup banyak hal, seperti membuat perencanaan dan strategi yang dapat diandalkan untuk pelanggan. Faktor apa yang perlu diperhatikan untuk menemukan solusi yang berhasil? Supaya penyedia layanan tidak kehilangan reputasinya, masalah harus ditangani.

Dengan adanya persaingan, perusahaan perlu memiliki strategi untuk mencapai keberhasilan. Untuk unggul dalam persaingan, pemilik bisnis harus menggunakan strategi yang bagus. Membangun hubungan antara perusahaan dan lingkungannya adalah kunci strategi persaingan, menurut Porter (1980). Meskipun lingkungan perusahaan mencakup banyak hal, seperti kekuatan ekonomi dan sosial, komponen utamanya adalah industri di mana perusahaan bersaing. Untuk mempertahankan keunggulan kompetitif mereka dan mencapai profitabilitas serta perusahaan harus menggunakan strategi generik di atas rata-rata industri (Sulistiani, 2014). Persaingan pasar memengaruhi keberhasilan pemasaran perusahaan, menurut Simamora (2001:38). Oleh karena itu, perusahaan harus mengetahui pesaingnya, serta tujuan, taktik, dan kekuatan dan kelemahan mereka. Mereka juga harus mengembangkan strategi untuk melawan mereka.

Untuk menjadi unggul dalam persaingan, pebisnis harus selalu mengembangkan strategi bersaing baru. Ini disebabkan oleh fakta bahwa strategi bersaing mencakup pencapaian posisi bersaing yang menghasilkan dalam industri atau arena penting tempat persaingan terjadi. Perusahaan dapat

membuat strategi yang kompetitif dengan mencoba menggabungkan kekuatan internal dan eksternal mereka. Tujuan dari strategi ini adalah supaya bisnis mampu melihat faktor internal dan eksternal secara objektif dan mampu mengantisipasi perubahan lingkungan luar yang penting untuk mendapatkan keunggulan bersaing serta kualitas pelayanan yang sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan.

Pemilik usaha harus memantau perubahan perilaku konsumen untuk mengetahui bagaimana perilaku tersebut berhubungan dengan perusahaan. Untuk kemudian digunakan sebagai penelitian dalam upaya memperbaiki strategi bisnis perusahaan. Memenuhi visi, misi, dan tujuan bisnis adalah inti dari strategi bisnis. Memiliki arahan yang jelas tentang apa yang harus dilakukan, bagaimana itu dilakukan, serta siapa yang bertanggung jawab akan diberikan kepada pemilik bisnis. Ini dapat dicapai melalui penggunaan strategi yang direncanakan dengan baik..

Strategi yang tepat diperlukan untuk menangani persaingan dalam bisnis. Untuk menghindari tekanan dari persaingan dan mempertahankan posisi perusahaan dalam industri, Menurut Cinthya (2017), Tujuan dengan jangka panjang adalah tujuan dari strategi bisnis.

Bisnis jasa adalah bisnis yang menggunakan *skill*, pengetahuan, dan keterampilan untuk dijual belikan, sedangkan jasa adalah bisnis yang dilaksanakan oleh orang lain dengan tidak berwujud tetapi dapat memberikan manfaat.

Seseorang harus mengatur waktunya dengan bijak karena perubahan gaya hidup dan tuntutan ekonomi di era modern, baik dalam hal kehidupan pribadi maupun profesional. Semakin padatnya kesibukan membuat beberapa tugas rumah menjadi lebih sulit dilakukan. Kebanyakan orang tidak akan memperhatikan kebersihan sepatu mereka dengan mencucinya setiap minggu atau bahkan memperhatikan kondisi sepatu mereka karena rutinitas sehari-hari yang padat. Selain itu, kemajuan teknologi yang cepat ini berdampak besar pada gaya hidup masyarakat dan gaya hidup pelajar dan mahasiswa, terutama di kota-kota besar. Kepraktisan dalam kebutuhan pribadi, seperti mencuci sepatu, muncul sebagai akibat dari perubahan *lifestyle* ini. Meskipun ini terjadi, kita seringkali harus mengeluarkan lebih banyak uang karena kesibukan yang sangat padat kita dan kekurangan waktu untuk melakukannya.

Konsumen sepatu di Indonesia telah meningkat sebagai akibat dari pertumbuhan industri sepatu dan meningkatnya penggemar sepatu *sneaker*. Perubahan preferensi konsumen terhadap sepatu adalah hasilnya. Saat ini, sepatu yang dulunya dianggap wajib telah menjadi gaya hidup. Saat ini, hampir semua orang memiliki tiga sampai lima pasang sepatu, dan ada beberapa orang yang menganggap sepatu sebagai barang koleksi. Tetapi kebanyakan orang membeli sepatu hanya karena mereka ingin memakainya atau karena mereka memperhatikan perawatan mereka tetapi tidak tahu cara merawatnya dengan benar. Namun, setelah digunakan, sepatu perlu diperhatikan. Merawat sepatu juga harus tepat. Setiap jenis sepatu harus dibersihkan dengan cara yang berbeda karena bahan sepatu yang berbeda. Ini membuka peluang bagi bisnis

cuci sepatu yang bekerja tidak hanya mencuci sepatu, tetapi juga mewarnai ulang, memperbaiki sepatu yang rusak, dan lebih banyak lagi. Berkembangnya bisnis di bidang ini membuat pelanggan lebih mudah menjaga sepatu mereka dengan baik.

Analisis SWOT adalah proses mengidentifikasi berbagai komponen yang membentuk strategi perusahaan secara menyeluruh. Logika yang mendasari analisis ini memungkinkan untuk memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) sambil meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu terkait dengan pembangunan strategi, misi, tujuan, dan kebijakan perusahaan. Oleh karena itu, perencanaan strategi harus mempertimbangkan faktor-faktor strategi perusahaan, yang dikenal sebagai analisis SWOT. Analisis SWOT mengevaluasi komponen internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) satu sama lain.

Peluang dan ancaman (O dan T) dipengaruhi oleh faktor eksternal, mencakup peristiwa yang terjadi diluar perusahaan dengan memengaruhi pengambilan keputusan yang dibuat oleh perusahaan. Faktor eksternal termasuk lingkungan bisnis dan industri makro, politik, ekonomi, hukum, populasi, teknologi, dan kehidupan sosial dan budaya. Kekuatan dan kelemahan (S dan W) dipengaruhi oleh elemen internal, termasuk keadaan di luar perusahaan. Semua jenis manajemen fungsional termasuk faktor internal ini, yang mencakup keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan.



Khususnya dalam hal bisnis, sangat penting untuk menumbuhkan potensi dan kepercayaan diri kawula muda untuk berinovasi dan menciptakan gebrakan. Karena masyarakat umumnya hanya mengenal jasa cuci pakaian, jasa cuci sepatu masih sangat jarang dibanding dengan jenis laundry lainnya, menjadikannya salah satu bisnis dibidang jasa yang sangat berkembang saat ini. Ini karena tingginya ketertarikan masyarakat terhadap berbagai macam sepatu. Pelaku bisnis *laundry* sepatu tidak berhenti berlomba-lomba melakukan inovasi untuk menarik konsumennya.

Banyak sektor bisnis mengalami persaingan ketat dalam lingkungan bisnis; salah satu contohnya adalah industri pakaian atau sandang. Pakaian sekarang tidak hanya merupakan kebutuhan, tetapi sudah menjadi budaya dan gaya hidup. Tidak hanya pakaian, saat ini sepatu juga menunjang gaya berpakaian seseorang. Industri sepatu Indonesia cukup berkembang.

Binatu atau laundry, yang berfokus pada cuci, setrika, dan cuci kering, adalah salah satu bisnis jasa yang sedang berkembang saat ini. Bisnis cuci sepatu berbeda dari laundry biasa karena mereka berfokus pada mencuci sepatu, memperbaiki sepatu, dan hal lainnya yang berkaitan dengan sepatu. Selain itu, karena sepatu menjadi bagian penting dari penampilan seseorang, perawatan sepatu yang salah dapat menyebabkan kerusakan, penurunan warna, dan masalah lainnya. Informasi tentang jasa cuci sepatu ini sangat sedikit saat ini karena hanya ada beberapa sistem informasi yang memberikan informasi yang lengkap. Permasalahan umum dengan pencarian jasa ini adalah tujuan yang harus dicapai tidak diketahui secara cepat, yang menyebabkan waktu yang

terbuang sia - sia untuk mencari. Sangat sulit untuk menemukan jalur tercepat untuk lokasi jasa ini bagi orang-orang dengan jam terbang yang panjang. Setiap pebisnis harus mampu membangun strategi bisnis yang berhasil untuk meningkatkan penjualan supaya lebih dikenal banyak konsumen.

Di zaman sekarang, seseorang tidak perlu repot membersihkan sepatu sendiri jika tidak mempunyai waktu, karena dari beberapa brand *laundry* telah menyediakan layanan cuci sepatu. Informasi tentang jasa cuci sepatu ini sangat sedikit saat ini, dikarenakan hanya ada beberapa sistem informasi yang memberikan informasi yang lengkap. Permasalahan umum dengan pencarian jasa ini adalah tujuan yang harus dicapai tidak diketahui secara cepat, yang menyebabkan waktu yang terbuang sia-sia untuk mencari. Sangat sulit untuk menemukan jalur tercepat untuk lokasi jasa ini bagi orang – orang dengan jam terbang yang panjang.

Surabaya yang saat ini menjadi kota terbesar kedua di Indonesia setelah Kota Jakarta. Kota yang ada di provinsi Jawa Timur ini memiliki julukan Kota Pahlawan serta menjadi ibukota dari provinsi Jawa Timur itu sendiri. Pertumbuhan bisnis di Kota Surabaya dipengaruhi oleh kemajuan zaman modern yang semakin canggih. Jumlah penduduk yang meningkat juga memengaruhi pekerjaan cuci sepatu; banyak orang di Surabaya yang bekerja menggunakan sepatu, melahirkan bisnis terbaru di kota Surabaya, yaitu jasa cuci sepatu, dan semakin banyak orang yang dapat menjadi pelanggan tetap.

Cleanwear adalah salah satu perusahaan cuci sepatu yang dipilih oleh penulis untuk melakukan penelitian mereka. Melihat bagaimana Cleanwear berkembang di Kota Surabaya, bisnis ini berkembang dengan sangat cepat dan menjadi saingan yang kuat bagi bisnis sejenisnya.

Hasil survei lingkungan menunjukkan bahwa empat pesaing menawarkan layanan yang sama, yaitu:

1. DPH Shoes And Care yang berada di Jalan Bawean No. 42 Ngagel Surabaya
2. Happy Hours Shoes Laundry yang berada di Jalan Gubeng Kertajaya XIII-D No. 2 Gubeng Surabaya
3. People Shoes yang berada di Jalan Gubeng Kertajaya VIII C No. 15a Gubeng Surabaya
4. Maids Clean yang berada di Jalan Salatiga No. 44 Dupak Surabaya

Hingga pada saat ini, *Cleanwear* Surabaya sudah memiliki 2 cabang yang beralamat di Jalan Panglima Sudirman No. 60 Kelurahan Embong Kaliasin, Kec. Genteng Kota Surabaya dan Jalan Klampis Semolo Timur 47A Kel. Semolowaru, Kec. Sukolilo Kota Surabaya.

Dengan mempertimbangkan latar belakang tersebut, penulis ingin menulis karya ilmiah dengan judul “Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Jasa Cuci Sepatu Cleanwear (Studi Pada Cleanwear Cabang Kota Surabaya)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Strategi bisnis apa yang digunakan oleh jasa cuci sepatu *Cleanwear* cabang Surabaya?
2. Bagaimana upaya yang dilakukan oleh jasa cuci sepatu *Cleanwear* cabang Surabaya dalam meningkatkan daya saing?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi bisnis yang digunakan oleh jasa cuci sepatu *Cleanwear* cabang Surabaya.
2. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh jasa cuci sepatu *Cleanwear* cabang Surabaya untuk meningkatkan daya saing mereka.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Membantu pemilik *Cleanwear* Cabang Surabaya menerapkan strategi bisnis yang sesuai dengan menggunakan analisis SWOT, yang mencakup Kekuatan, Kelemahan, Ancaman, dan Peluang. Analisis ini dapat membantu meningkatkan daya saing dan meningkatkan pangsa pasar.
2. Sebagai sumber referensi untuk studi mendatang yang akan mengambil atau membahas topik sejenis.