

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2010. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana, Jakarta.
- David Fred R., 2006. *Manajemen Strategis: Konsep-konsep*, Edisi Kesembilan, Penerjemah Kresno Saroso, 2004, Penerbit PT Indeks, Jakarta.
- David, Fred R. 2009. *Strategic Management; Manajemen Strategis Konsep*. Salemba Empat, Jakarta.
- David, Fred R. 2011. *Manajemen Strategis Konsep*. Salemba Empat. Jakarta.
- De Swaan Arons, H., & Waalewijn, P. (1999). A knowledge base representing Porter's five forces model.
- Dirgantoro, C. 2010. *Manajemen Strategik*, Cetakan 1, Grasindo, Jakarta.
- Djaslim Saladin, 2001, "*Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*". Penerbit :Lindakarya, Bandung.
- Francis Mathooko Martin Ogutu, 2015, "*Porter's five competitive forces framework and other factors that influence the choice of respons strategies adopted by public universities in Kenya*", International Journal of Educational Management.
- Freddy Rangkuti, 2002. *Measuring Customer Satisfication*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Gordana Dobrivojević, 2013, Analysis of the Competitive Environment Tourist Destination Aiming at Attracting FDI by Applying Porter's Five Force Model.
- Guyana, Jesslyn & Ronny A. 2013. 'Perumusan Strategi Bersaing Perusahaana Yang Bergerak Dalam Industri Pelayaran'. Agora, Vol.1 No.3, pp1115-1026

- Hitt, Michael A. R. Duane Ireland & Robert E Hokkison 2011, *Strategic Management: Competitiveness and Globalization* Penerbit West Publishing Company.
- Hove, P., & Masocha, R. (2014). Interaction of technological marketing and Porter's five competitive forces on SME competitiveness in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(4), 254.
- Hua, L.T. 2011, "Sustainable competitive advantage for market leadership amongst the private higher education institutes in Malaysia", *Journal of Global Management*, Vol. 2 No. 1, pp. 227-251.
- Hunger, J. David & Thomas L. Wheelen. 2011. *Manajemen Strategis*. Edisi Bahasa Indonesia. Penerjemah Julianto Agung. Cetakan kedua. Andi. Yogyakarta.
- Iman Ma'ruf, 2013, *Strategi Pengembangan Wirausaha Baru Berbasis Pengembangan di UKM Konveksi Busana Muslim pada Kabupaten Jombang*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2009. *Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, BPFE, Yogyakarta
- J, Supranto M.A. 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Renika Cipta.
- Jauch, Lawrence R & William F. Glueck, 2011. *Manajemen Strategik dan Kebijakan Perusahaan*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Jean Paolo G Lacap RMP, A. F. B. E. (2014). Competitiveness and Sustainability of the Hotel Industry: The Case of Hotels in Pampanga. *Business Management and Strategy*, 5(1), 115
- King, M.A. 2009, "A strategic assessment of the higher education industry: applying the Porter's five forces for industry analysis". Paper presented at the Southeastern Decision Sciences Institute Annual Conference, Available

athttp://www.sedsi.org_Conference/proc/proc/p080930002.pdf, accessed on 11th December 2013.

- Kotler, Philip, 1996, "Manajemen Pemasaran : Marketing Management 9e", Jakarta, PT. Prenhallido.
- Kumala, M., Oktaviani, R., & Maulana, A. (2017). STRATEGI BISNIS PT. PARIWARA ADVERTISING DI INDUSTRI MEDIA LUAR RUANG DKI JAKARTA. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 3(1), 35.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3. Jakarta:Salemba Empat.
- Majumdar, S., & Bhattacharya, P. P. (2014). Porter Five Forces Analysis of the Leading Mobile Cellular Telephony Service Provider in India.
- Marzuki, 2008, *Metodologi Riset*, Penerbit BPFU Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta
- Mathooko, F. M., & Ogutu, M. (2015). Porter's five competitive forces framework and other factors that influence the choice of response strategies adopted by public universities in Kenya. *International Journal of Educational Management*, 29(3), 334-354.
- Mwangi, M. S. (2013). *Application of Porter's Five Forces Model on Organizations' Performance: A Case of Cooperative Bank of Kenya Ltd* (Doctoral dissertation, Mount Kenya University).
- Nawawi, Hadari, dan Mimi Martini 1996, *Penelitian Terapan*, Gadjah Mada University Press, Jakarta
- Nofrizal, N. (2017). Strategi Tumbuh Dan Bersaing Di Industri Asuransi (Studi Kasus Pada BPJS Ketenagakerjaan Pekanbaru). *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 78-91.
- Pearce, John A. dan Robinson, Richard B. 2013. *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Salemba Empat, Jakarta.
- Pemerintah kota Malang. 2001. Pengelolaan Limbah Berbahaya dan Beracun. https://kotamalang.jdih.jatimprov.go.id/?wpfb_dl=19
- Porter, M.E. 1985, "Competitive advantage: creating and sustaining superior performance", The Free Press, New York, NY

- Porter, M.E. 1998,” *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance: with a new introduction*, New York, The Free Press.
- Porter, M. E., & Porter, M. E. (1979). How competitive forces shape strategy.
- Pringle, J. and Huisman, J. 2011, “Understanding universities in Ontario, Canada: an industry analysis using Porter’s Five Forces Framework”, *Canadian Journal of Higher Education*, Vol. 41 No. 3, pp. 34-47.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi Keempat. Salemba Empat, Jakarta.
- Siamak Azadi and Elham Rahimzadeh.2012. Developing Marketing Strategy for Electronic Business by Using McCarthy’s Four Marketing Mix Model and Porter’s Five Competitive Forces. *Iran:Emerging Markets Journal*. Vol.2.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono Fandy. 1997. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono Fandy. 2000. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. 2001. “*Strategic Management In Action*“, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wheelan, T.L. and Hunger, J.D. 2008, “*Strategic management and business policy*”, 11th Ed., Prentice Hall, London.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara

1. Data Perusahaan My Green Laundry

- a. Bagaimana sejarah berdirinya My Green Laundry?
- b. Apa visi, misi dan tujuan My Green Laundry?
- c. Bagaimana lokasi kantor My Green Laundry?
- d. Bagaimana perkembangan pendapatan My Green Laundry tiga tahun terakhir?

2. Struktur Organisasi Perusahaan My Green Laundry

- a. Bagaimana susunan struktur organisasi My Green Laundry?
- b. Bagaimana tugas dan wewenang pada struktur organisasi My Green Laundry?
- c. Bagaimana komunikasi antar karyawan di My Green Laundry?
- d. Berapa jumlah karyawan di My Green Laundry?

3. Strategi Perusahaan My Green Laundry Internal Strategy Factor Analysis (IFAS)

- a. Apa keunggulan dan kelebihan My Green Laundry dibanding pesaing lain?
- b. Bagaimana pelayanan laundry di My Green Laundry?
- c. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap pelayanan di My Green Laundry?
- d. Selama ini segmen pasar manakah yang disasar My Green Laundry? Apakah perusahaan atau individu?
- e. Untuk segmen pelajar dan mahasiswa berapa jumlah prosentasenya?
- f. Bagaimana strategi untuk menarik konsumen untuk laundry di My Green Laundry?
- g. Apakah di My Green Laundry memiliki supplier (pemasok)? Sebutkan ...
- h. Bagaimana hubungan perusahaan dengan supplier (pemasok)?

- i. Berapa jumlah biaya operasional selama ini?
- j. Apakah My Green Laundry memiliki differensiasi (cabang) usaha lain?
- l. Apa kelemahan di My Green Laundry?

4. Ekternal Strategy Factor Analysis (EFAS)

- a. Ada berapa pesaing My Green Laundry di kota Malang? Sebutkan ...
- b. Bagaimana kelebihan pelayanan di laundry lain?
- c. Bagaimana strategi untuk menarik konsumen di laundry lain?
- d. Apakah pelanggan (konsumen) memiliki pengetahuan yang baik tentang kualitas produk dan memiliki informasi yang cukup mengenai produk atau jasa yang ditawarkan sehingga dapat mengevaluasi membandingkan jasa tersebut dengan laundry lainnya?
- e. Bagaimana tingkat persaingan (intensitas persaingan) antara My Green Laundry dengan yang lain?
- f. Apakah jumlah pesaing yang ada di Malang terlalu banyak di bandingkan dengan jumlah user?

Lampiran 2 Wawancara dengan Owner My Green Laundry

Sabtu, 27 Januari 2018

Pukul: 07.30

Dengan Informan 1 (Pemilik My Green Laundry)

Hendry : Selamat pagi pak lesmana.

Pak Lesmana :iya selamat pagi mas hendry.

Hendry : mohon maaf pak, pagi-pagi mengganggu waktu bapak.

Pak Lesmana : iya mas hendry, ini waktunya enggak terlalu panjang yaa soalnya saya nanti akan ada interview dengan calon karyawan baru pada jam 8-an nanti. Mungkin nanti saya jawab yang garis besarnya point saja ya.

Hendry : oh iya baik pak. Yauda pak langsung saja yang pertama, bagaimana sejarah berdirinya My Green Laundry?

Pak Lesmana : awalnya kira-kira 6 tahun lalu februari tahun 2012, awalnya saya franchise namanya easy clean laundry yang terletak di tangerang kebetulan saya ada penugasan di Jakarta akhirnya saya survey-survei dan kebetulan yang cocok dengan merek itu, kebetulan saya kontrak 5 tahun dan di tahun 2016 saya mandek dan awal tahun 2017 saya menggunakan nama My Green laundry.

Hendry : mengapa bapak tertarik dengan usaha laundry ini?

Pak Lesmana : saya kan karyawan, pertama yaitu selama saya kerja di mana pun saya bisa me manage usaha laundry tersebut dan kedua selama

manusia membutuhkan pakaian, manusia membutuhkan laundry untuk mencuci pakaiannya.

Hendry : apa visi, misi dan tujuan My Green Laundry?

Pak Lesmana : Visi My Green Laundry sendiri yaitu menjadi pemimpin dalam layanan laundry dan dry cleaning yang berkualitas dan ramah lingkungan dan Misi dari My Green Laundry sendiri adalah yang pertama, memberikan pelayanan laundry terbaik bagi pelanggan untuk mencapai kepuasannya, kedua membangkitkan dan mengembangkan potensi perusahaan maupun mitra bisnis untuk mencapai cita-cita bersama, ketiga yaitu mengembangkan potensi sumber daya manusia dan meningkatkan kesejahteraan bersama, keempat membangkitkan semangat entrepreneurship dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat dan kelima meminimalkan akibat buruk terhadap bumi dan turut memberikan kontribusi bagi kelestarian alam. Tujuan dari My Green Laundry sendiri menurut saya itu adalah memberikan layanan yang berkualitas kepada pelanggan dengan menggunakan bahan bahan yang berkualitas.

Hendry : bagaimana lokasi kantor My Green Laundry?

Pak Lesmana : awal kami berdiri kantor pusat terletak di jalan danau toba E6/23 dan kebetulan di kantor pusat ini adalah rumah saya dan terletak di lokasi yang strategis yaitu di depan jalan raya kenapa tidak untuk saya kembangin dan cabang-cabang yang saya punya itu untuk membantu laundry dari cabang-cabang lain bila overload karena tidak mungkin di satu outlet terpusat mempunyai mesin-mesin yang banyak karena suasana kerjanya tidak akan kondusif dan oleh karena itu saya sebar ke berbagai daerah untuk menunjang bisnis saya ini sendiri. Dan selanjutnya kami membuka cabang pertama di jalan candi mendut no 40, cabang kedua di jalan Ruko WOW Sawojajar Blok:NY-1 No.48 dan cabang kami ketiga terletak di jalan melati utara No.54.

Hendry : bagaimana perkembangan pendapatan My Green Laundry tiga tahun terakhir?

Pak Lesmana : menurut saya perkembangan pendapatan usaha laundry ini di tiga tahun terakhir meningkat mas, karena target pendapatan bersih yang ingin diperoleh setiap bulan adalah minimal 5 juta untuk setiap cabangnya.

Hendry : bagaimana susunan struktur organisasi My Green Laundry ini sendiri pak?

Pak Lesmana : Susunan organisasi ini sendiri sederhana sekali yaa saya sebagai owner dan merangkap sebagai manajer dan dibawah saya itu untuk setiap outlet ada supervisor 1, koordinator, dan admin/helper. Dan jabatan mulai dari supervisor sampai dengan admin jabatannya merangkap juga sebagai staff.

Hendry : bagaimana tugas dan wewenang pada struktur organisasi My Green Laundry ini sendiri pak?

Pak Lesmana : supervisor dia merangkap sebagai pengawas yang terkait dengan SOP, terkait dengan aktifitas karyawan yang istilah nya monitoring dan operasional di masing-masing cabang maupun pusat.

Hendry : bagaimana komunikasi antar karyawan di My Green Laundry ini sendiri pak? Apakah sering terjadi miss komunikasi atau bagaimana pak?

Pak Lesmana : ohh iya miss komunikasi sering terjadi, dalam arti gini saya punya banyak cabang yang terkait dengan order bahan baku terus terkait dengan pembagian tugas dan itu sering.

Hendry : berapa jumlah karyawan di My Green Laundry ini sendiri pak?

Pak Lesmana : jumlah karyawan My Green Laundry sendiri sekitar 20-an mas.

Hendry : apa keunggulan dan kelebihan My Green Laundry dibanding pesaing lain?

Pak Lesmana : pertama bahan saya ini memakai merek tertentu yang lebih dikenal orang misalkan Daia, terus Molto dan pemutih itu saya memakai pro clean dan dulu sabun cuci yang saya pakai itu adalah Rinso dan harga rinso sekarang tidak menututi operasional itu sendiri maka dari itu saya memakai merek Daia untuk menunjang visi dan misi saya itu tadi yang bahan-bahan yang saya pakai itu yang sudah dikenal masyarakat. Dan sepengetahuan saya laundry yang paling pagi buka dan paling lama tutup nya itu laundry di tempat saya mulai jam 06 pagi sampai jam setengah 9 malam non stop walaupun hari minggu pelayanan tetap sama. Dan layanan pick up delivery dari my green laundry kami sendiri gratis. Dan juga saya menawarkan laundry kiloan kepada konsumen sebagai daya tarik konsumen untuk laundry di My Green Laundry ini sendiri, kalo dihitung dari presentase ekonomi yaa dibilang rugi yaa pasti rugi karena itu bisa disebut dengan kerja bakti, hendry sendiri pasti pernah makan di restoran yaa saya ambil contoh restoran karena saya juga mempunyai restoran, kenapa sih orang memilih tempat yang rame karena kan kita enggak tau makanan ditempat itu enak apa endak sedangkan bila dilihat di restoran sebelahnya bisa saja restoran yang sepi itu lebih enak?, karena kenapa karena manusia itu sendiri rasa pengen tahunya itu pengen lebih dan dari restoran yang didatangi oleh banyak orang itu menjadi daya tarik bagi konsumen lain untuk datang ke restoran tersebut. Pada saat saya franchise easy clean itu sendiri saya sangat sulit bergerak karena setiap orang ingin mencuci satu potong pakaian akan dihitung dengan kiloan. Dan begitu saya lepas dari easy clean pada tahun kedua dari easy clean saya membuka cabang my green laundry ini dengan mengadaposi manajemen nya itu sendiri.

Hendry : bagaimana pelayanan laundry di My Green Laundry ini sendiri pak?

Pak Lesmana : pelayanan laundry di My Green Laundry ini saya yaa mas harus merujuk kepada SOP yang sudah ada sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh laundry saya ini.

Hendry : bagaimana kepuasan konsumen terhadap pelayanan di My Green Laundry ini sendiri pak?

Pak Lesmana : saya tidak pernah memberikan angket kepada konsumen saya tetapi beberapa konsumen memberikan masukan kepada saya ohh ini lebih bagus, ohh ini lebih wangi dari kompetitor saya. Selama ini dalam sebuah bisnis tidak terlepas dari namanya komplain tapi kebanyakan konsumen saya merasa puas dan baik menjadi pelanggan di My Green Laundry ini sendiri.

Hendry : selama ini segmen pasar manakah yang disasar My Green Laundry? apakah perusahaan ataupun individu?

Pak Lesmana : segmen pasar yang disasar dari My Green ini sendiri lebih kepada patokan sisi harga yaa, di malang ini sendiri laundry antara harga 3000-4000 tetapi diatas saya itu ada, tetapi saya tetapkan harga yaitu medium kebawah , yaa jadi medium kebawah bukan kelas mahasiswa saja tetapi selama mahasiswa itu masih bisa luar pulau atau Jakarta mereka bisa masuk di kelas medium ataupun rumah tangga yang suami atau istri kerja dikantor-kantor terkenal mereka masuk di medium low, tetapi bukan seperti Melia atau 5ASEC yang masuk dalam medium high.

Hendry : baru dari segi presentase mahasiswa/ pelajar maupun pekerja kantoran nih pak menurut bapak presentasinya berapa sih pak?

Pak Lesmana : itu tergantung dari tiap cabang yang saya punya yaa mas, kalo di pusat kebanyakan pekerja kantoran dan ibu rumah tangga, yang kebanyakan konsumen mahasiswa itu ada di cabang candi mendut sama di melati utara presentasinya mungkin 35-40% itu dari kalangan mahasiswa.

Hendry : bagaimana strategi untuk menarik konsumen untuk laundry di My Green Laundry?

Pak Lesmana : strategi untuk menggaet konsumen adalah *maintain* mutu dan services dari hasil orderan, mutu dari bahan-bahan yang sudah dikenal oleh masyarakat seperti bahan yang saya gunakan itu molto sama daia, dan yang kedua itu pick up delivery nya free terus juga keramah tamahan karyawan ke konsumen, yaa saya niru seperti alfamart indomaret yaitu penerapan 3S dan tidak semua karyawan saya yang saya nilai bagus untuk penerapan 3S, tetapi di setiap meeting-meeting maupun koordinasi saya terus tekankan dalam hal penerapan 3S itu sendiri itu sangat penting. Dan juga kebanyakan konsumen-konsumen *worth of mouth* yaa dari konsumen satu misalnya ke temannya gitu terus dari temannya itu ke teman-temannya yang lain.

Hendry : apakah di My Green Laundry memiliki supplier (pemasok) yang tetap?

Pak Lesmana : kalo tetap sih endak yaa mas, karena molto dan daia itu sendiri saya sering membelinya di indomaret dan supermarket-supermarket yaa mas dan mungkin yaa itu bisa disebut tetap yaa mas, dan tetapi ada sabun-sabun cair tertentu ada supplier tetap yang berasal dari jogja.

Hendry : bagaimana hubungan perusahaan dengan supplier (pemasok)?

Pak Lesmana : hubungan my green dengan supplier yang tetap selama ini yaa, yaa terjalin dengan baik sih mas.

Hendry : bagaimana jumlah biaya operasional selama ini?

Pak Lesmana : menurut saya sendiri biaya operasional selama ini masih bisa menutupi dengan omset yang diterima pada saat ini.

Hendry : apakah My Green Laundry memiliki diferensiasi (cabang) usaha lain?

Pak Lesmana :iya ada.

Hendry : apa kelemahan di My Green Laundry ini sendiri sih pak menurut bapak sendiri sebagai owner?

Pak Lesmana : kelemahan yang pertama itu banyak terkait dengan sdm, yaa sdm saya ini menjadi kelemahan karena kita tidak bisa menetapkan kalo karyawan saya ini harus lulusan S1 atau SMA itu sulit kalo kita cari seperti itu yaa, yang kedua kompetitor saya kalo kita ingin membuka cabang di daerah DINOYO habis-habisan 2000 sampai dengan 3000 itu dia sudah bisa cuci yaa customer kalo tidak memikirkan kualitas atau tidak mementingkan kualitas yaa pasti dia ambil yang 2000 sampai dengan 3000 per kilo ya kann , nah kalo ada orang yang segmentasinya menengah nahh dia pasti akan mikir 3000 per kilo itu dicuci pake apa yakann gimana dan terus cara pengeringan nya gimana terus prosesnya gimana tetapi kalo menengah ke atas akan berpikir sedikit gitu loh kalo menengah kebawah yang penting bersih dan bisa di pakai lagi.

Hendry : kalo menurut pengalaman pribadi saya sendiri yaa pak, laundry-laundry segmentasi pasar menengah kebawah gitu lebih mementingkan harga yang penting bersih tetapi mereka tidak mementingkan kualitas yang mereka berikan kepada konsumennya.

Pak Lesmana : yaa.... memang itu justru kesulitan saya untuk dapat bersaing dengan orang-orang seperti itu.

Hendry : baru dari strategi yang bapak terapkan sendiri, bagaimana sih strategi bapak agar dapat survive dari persaingan bisnis ini?

Pak Lesmana : ok, strategi saya itu sebenarnya ada 3 yaitu filosofi 3 jari yaitu hubungan antara owner dengan karyawan dan yang ketiga itu hubungan dengan konsumen atau customer itu harus saya jaga baik. Kalo dengan karyawan yaa mungkin ada banyak karyawan yaa loyalitas nya tidak bagus, tetapi dari kebanyakan ada yang loyal

dengan perusahaan dan itu yang harus saya jaga karena itu merupakan asset bagi perusahaan untuk dapat berkembang dan bisa menghasilkan kualitas atau output yang dihasilkan dari pekerjaan karyawan-karyawan saya, dari pihak yang ketiga saya jaga dan saat dia butuh kapan pun walaupun satu pcs saja mereka minta pick up delivery yaa ambil yaa tetap diambil walaupun jauh misalkan sampai di araya seperti itu yaa tetap diambil. Terus dengan distributor, saya perbaiki komunikasi seperti ketika saya order gitu saya berikan masukan seperti *service*-nya seperti apa dan saya harus perbaiki itu semua agar dapat menghasilkan output yang paling baik bagi konsumen.

Hendry : ada berapa pesaing My Green Laundry di kota Malang sendiri yang segmentasi, *targeting* dan *positioning* yang sama seperti My Green Laundry pak?

Pak Lesmana : kalo untuk outlet daerah suhat khususnya outlet candi mendut, pesaingnya itu sendiri seperti Sensa, Cooci, dan Prima.

Hendry : bagaimana kelebihan pelayanan di laundry lain menurut bapak sendiri?

Pak Lesmana : kelebihan pelayanan di laundry lain menurut saya pribadi menurut saya kadang mereka itu khususnya karyawan mereka kadang tidak ramah kepada konsumen, kadang karyawannya itu jutek atau tidak ramah kepada konsumennya dan itu bakal menjadi boomerang bagi mereka sendiri karena konsumen pada saat ini khususnya para mahasiswa di satu sisi ingin harga yang terjangkau dan di sisi lain mereka juga ingin dilayani, dan dari harga dan pelayanan itu yang harus saya jaga hingga saat ini.

Hendry : bagaimana strategi untuk menarik konsumen di laundry lain?

Pak Lesmana : strategi untuk menarik konsumen di laundry lain menurut saya yaa mungkin mereka memberikan promo-promo pada waktu tertentu

gitu, tetapi kan kit akan enggak tau bagaimana kualitas dari bahan baku mereka itu sendiri.

Hendry : apakah pelanggan atau konsumen memiliki pengetahuan yang baik tentang kualitas produk dan memiliki informasi yang cukup mengenai produk atau jasa yang ditawarkan sehingga dapat mengevaluasi membandingkan jasa tersebut dengan laundry lainnya?

Pak Lesmana : secara informasi yaa konsumen tidak pernah mencari tau, pada saat saya taruh di yellow pages yaa konsumen tidak pernah mau tau, mau itu warna mu opo merek mu opo mereka endak peduli yang penting output yang mbokk hasilkan iku mereka puas ya uwes.

Hendry : bagaimana tingkat persaingan (intensitas persaingan) antara My Green Laundry dengan yang lain?

Pak Lesmana : persaingan antara My Green Laundry dengan laundry lain itu ketat sekali yaa mas kalo saya hitung sendiri mungkin ada belasan bahkan puluhan bila termasuk laundry segmen pasar ke bawah gitu.

Hendry : apakah jumlah pesaing yang ada di Malang terlalu banyak di bandingkan dengan jumlah user?

Pak Lesmana : iya jumlah pesaingnya banyak sekali dibandingkan dengan jumlah konsumen yang ada di malang ini, jadi kalo bisa dibilang itu persaingannya ketat banget mas.

Lampiran 3 Wawancara Supervisor My Green Laundry

Berikut hasil wawancara dengan Pradiya Pramita S selaku Supervisor My Green Laundry Cabang Candi Mendut:

1. Bagaimana posisi My Green Laundry saat ini dibandingkan pesaing?

Jawaban: Posisi kita berada di tengah-tengah antara *medium low* dan *medium high* jadi kita bisa ke pasar mana aja karena harga yang kita tawarkan juga relatif terjangkau untuk konsumen kami sendiri.

2. Apa Visi dan Misi My Green Laundry?

Jawaban: Visi dari My Green Laundry adalah menjadi pemimpin dalam layanan laundry dan dry cleaning yang berkualitas dan ramah lingkungan. Misi dari My Green Laundry adalah memberikan pelayanan laundry terbaik bagi pelanggan untuk mencapai kepuasannya; membangkitkan dan mengembangkan potensi perusahaan maupun mitra bisnis untuk mencapai cita-cita bersama; mengembangkan potensi sumber daya manusia dan meningkatkan kesejahteraan bersama; membangkitkan semangat entrepreneurship dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat; dan meminimalkan akibat buruk terhadap bumi dan turut membantu memberikan kontribusi bagi kelestarian alam.

3. Apa saja tujuan jangka panjang yang ingin dicapai My Green Laundry?

Jawaban: tujuan jangka panjang dari My Green Laundry adalah terus berinovasi dan terus memberikan pelayanan yang terbaik untuk para konsumen My Green Laundry dan juga terus melebarkan usaha My Green Laundry di pangsa pasar di kota Malang ini.

4. Apakah ibu mengetahui kondisi internal dan eksternal My Green Laundry saat ini?

Jawaban: Ya, mengetahui.

5. Apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari My Green Laundry pada saat ini?

Jawaban: kekuatan My Green Laundry yang pertama adalah kami buka awal yaitu pada pukul 6 pagi dan tutup pada pukul setengah 9 malam; kedua yaitu kami menggunakan bahan baku yang sudah dikenal oleh masyarakat seperti merek Daia, Molto dan juga Pro Clean. Kelemahan dari My Green Laundry sendiri adalah adanya rangkap tugas pada karyawan kami.

6. Apa saja yang menjadi peluang dan ancaman dari My Green Laundry pada saat ini?

Jawaban: peluang My Green Laundry adalah bahan baku kami mudah di dapat, luasnya pasar yang mudah kami sasar dan ancaman dari My Green Laundry adalah teknologi pesaing yang lebih maju dan ada dari beberapa pesaing menetapkan harga yang lebih murah dibandingkan kami.

Lampiran 4 Wawancara koordinator My Green Laundry

Berikut hasil wawancara dengan Yeni selaku koordinator My Green Laundry Cabang Candi Mendut:

1. Bagaimana pembagian tugas untuk setiap karyawan di My Green Laundry?

Jawaban: untuk pembagian tugas sendiri kadang kami setiap karyawan merangkap tugas, seperti contohnya bila pada saat pengerjaan laundry dan pengepakan sampai menjadi barang yang sudah siap ambil terkadang kami merangkap tugas tersebut dan juga disaat tutup buku pemasukan disaat supervisor udah pulang kami saya yang mengambil alih tugas tersebut.

2. Bagaimana sistem pengelolaan My Green Laundry?

Jawaban: sistem pengelolaan kami mengikuti SOP yang ada dan juga kami memegang teguh 3S yaitu salam, senyum dan sapa.

3. Apa masalah yang sering ditemui pada My Green Laundry?

Jawaban: terkadang sering terjadi miss komunikasi antara karyawan dengan owner atau manajer dalam hal pemesanan bahan baku.

Lampiran 5 Wawancara admin My Green Laundry

Berikut hasil wawancara dengan Linda selaku admin My Green Laundry Cabang Candi Mendut

1. Apa saja tugas dari admin pada My Green Laundry?

Jawaban: admin sendiri disini bertugas untuk menerima order dari konsumen dan kemudian memilah untuk diberikan label agar terhindar dari hilang dan tertukar dengan barang orang lain kemudian membantu coordinator maupun staff dalam pengerjaan produk.

2. Bagaimana kualitas pelayanan dari My Green Laundry?

Jawaban: kualitas pelayanan dari My Green Laundry sudah sangat baik karena karyawan dari My Green sebelumnya sudah diberikan sejumlah pelatihan agar sesuai dengan SOP perusahaan agar kualitas yang dihasilkan baik.

Lampiran 6 Wawancara staff My Green Laundry

Berikut hasil wawancara dengan Zefry selaku staff My Green Laundry Cabang Candi Mendut

1. Bagaimana menjaga mutu dan kualitas dari My Green Laundry?

Jawaban: menjaga mutu dan kualitas adalah tergantung dari sdm itu sendiri bagaimana kita sebagai staff menjalankan tugas dengan baik yang sesuai dengan SOP.

2. Apa masalah yang dihadapi dalam upaya mempertahankan atau meningkatkan mutu?

Jawaban: Budaya mutu antar personal masih perlu ditingkatkan karena karyawan yang terus bertambah. Penilaian kualitas mutu terhadap konsumen salah satunya melalui survey kepuasan konsumen.

Lampiran 7 Wawancara staff My Green Laundry

Berikut hasil wawancara dengan Jaka selaku staff My Green Laundry Cabang Candi Mendut

1. Bagaimana menjaga mutu dan kualitas dari My Green Laundry?

Jawaban: menjaga mutu dan kualitas adalah tergantung dari sdm itu sendiri bagaimana kita sebagai staff menjalankan tugas dengan baik yang sesuai dengan SOP sesuai dengan apa yang udah kami pahami selama pelatihan yang diberikan oleh My Green Laundry.

2. Apa masalah yang dihadapi dalam upaya mempertahankan atau meningkatkan mutu?

Jawaban: Budaya mutu antar personal masih perlu ditingkatkan karena karyawan yang terus bertambah. Penilaian kualitas mutu terhadap konsumen salah satunya melalui survey kepuasan konsumen.

Lampiran 8 Kuesioner Matriks IFE dan EFE

KUESIONER MATRIKS IFE DAN EFE

A. Identitas Responden

1. Nama
:.....
2. Jabatan
:.....

B. Kuisisioner Penentuan Bobot Matriks IFE dan Matriks EFE

- Tujuan

Mendapatkan Penilaian para responden mengenai faktor-faktor strategis internal maupun eksternal dengan cara pemberian bobot terhadap seberapa besar faktor tersebut dapat mempengaruhi atau membentuk keberhasilan My Green Laundry.

- Petunjuk Umum

1. Pengisian Kuesioner dilakukan secara tertulis oleh responden
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing responden.

- **Petunjuk Khusus**

1. Tentukan bobot atau tingkat dari masing-masing faktor internal yang dimiliki oleh perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal yang dimiliki oleh perusahaan (peluang dan ancaman) dengan memberi tanda (✓) pada pilihan yang anda berikan.
2. Pilihan dari bobot yang diberikan pada faktor internal dan eksternal pada isian yang terdiri atas:

1= Kurang Berpengaruh (KB)

2= Cukup Berpengaruh (CB)

3= Berpengaruh (B)

4= Sangat Berpengaruh (B)
3. Jumlah bobot pada seluruh faktor pada matriks IFE maupun matriks EFE harus sama dengan 1,00

DAFTAR ISIAN UNTUK BOBOT MATRIKS IFE DAN EFE

Berikan tanda checklist (✓) pada tingkatan bobot (SB/B/CB/KB) yang paling sesuai menurut responden

Faktor Internal	Bobot			
	SB	B	CB	KB
Kekuatan:				
1. Mengutamakan kualitas				
2. Mencuci sesuai dengan permintaan konsumen				
3. Pelayanan <i>pick up delivery</i> gratis				
4. Jam buka lebih pagi dan tutup lebih malam dari pesaing				
5. Hasil cuci bersih dan rapi				
6. Lokasi yang dekat dengan konsumen				
7. Memiliki banyak cabang				
8. Adanya potongan harga				
Kelemahan:				
1. Harga lebih mahal				
2. Karyawan banyak rangkap tugas				
3. Kegiatan promosi kurang maksimal				
4. Kurangnya inovasi teknologi				
5. Bau pakaian kurang wangi				
6. Tidak memiliki situs web				
Faktor Eksternal	Bobot			
	SB	B	CB	KB
Peluang:				
Luasnya pasar				
Bahan baku mudah di dapat				
Merek Bahan baku yang sudah dikenal oleh masyarakat				
Daya beli masyarakat meningkat				
Meningkatnya populasi penduduk				

Faktor Internal	Bobot			
	SB	B	CB	KB
Loyalitas dari pemasok bahan baku				
Banyaknya pesaing baru				
Ancaman: Harga lebih mahal dari pesaing				
Jumlah pesaing meningkat				
Harga bahan baku mahal				
Layanan pesaing lebih tinggi				
Teknologi pesaing lebih maju				

c. Kuesioner Penentuan Rating Matriks IFE dan Matriks EFE

- Tujuan

Mendapatkan Penilaian para responden mengenai faktor-faktor strategis internal maupun eksternal dengan cara pemberian peringkat terhadap seberapa besar kekuatan atau kelemahan faktor tersebut dapat mempengaruhi atau membentuk keberhasilan My Green Laundry. Selain itu, untuk mengetahui seberapa besar respon My Green terhadap faktor tersebut.

- Petunjuk Umum

1. Pengisian kuesioner dilakukan secara tertulis oleh responden
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing responden.

- Petunjuk Khusus

1. Tentukan *rating* atau tingkat dari masing-masing faktor internal yang dimiliki oleh perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal yang dimiliki oleh perusahaan (peluang dan ancaman) dengan memberi tanda (✓) pada pilihan yang anda berikan.
2. Pilihan dari *rating* yang diberikan pada **faktor internal** adalah sebagai berikut:

Kekuatan

Rating 4: Faktor tersebut sangat kuat

Rating 3: Faktor tersebut kuat

Kelemahan

Rating 2: Faktor tersebut lemah

Rating 1: Faktor tersebut sangat lemah

3. Pilihan dari *rating* yang ada pada **faktor eksternal** adalah sebagai berikut:

Rating 4: Respon perusahaan terhadap faktor tersebut bagus

Rating 3: Respon perusahaan terhadap faktor tersebut di atas rata-rata

Rating 2: Respon perusahaan terhadap faktor tersebut rata-rata

Rating 1: Respon perusahaan terhadap faktor tersebut di bawah rata-rata

DAFTAR ISIAN UNTUK *RATING* MATRIKS IFE DAN EFE

Berikan tanda checklist (✓) pada tingkatan *rating* (4/3/2/1) yang paling sesuai menurut responden

Faktor Internal	<i>RATING</i>			
	4	3	2	1
Kekuatan:				
1. Mengutamakan kualitas				
2. Mencuci sesuai dengan permintaan konsumen				
3. Pelayanan <i>pick up delivery</i> gratis				
4. Jam buka lebih pagi dan tutup lebih malam dari pesaing				
5. Hasil cuci bersih dan rapi				

Faktor Internal	RATING			
	4	3	2	1
6. Lokasi yang dekat dengan konsumen				
7. Memiliki banyak cabang				
8. Adanya potongan harga				
Kelemahan:				
1. Harga lebih mahal				
2. Karyawan banyak rangkap tugas				
3. Kegiatan promosi kurang maksimal				
4. Kurangnya inovasi teknologi				
5. Bau pakaian kurang wangi				
6. Tidak memiliki situs web				

Faktor Eksternal	RATING			
	4	3	2	1
Peluang:				
Luasnya pasar				
Bahan baku mudah di dapat				
Merek Bahan baku yang sudah dikenal oleh masyarakat				
Daya beli masyarakat meningkat				
Meningkatnya populasi penduduk				
Loyalitas dari pemasok bahan baku				
Banyaknya pesaing baru				
Ancaman:				
Harga lebih mahal dari pesaing				
Jumlah pesaing meningkat				
Harga bahan baku mahal				
Layanan pesaing lebih tinggi				
Teknologi pesaing lebih maju				

Lampiran 9 Hasil Penghitungan IFE

Faktor Strategis/Informan	I1	I2	I3	I4	I5	I6	Total	Bobot
S1	1	2	1	2	2	1	9	0.0505
S2	1	1	1	1	2	2	8	0.0495
S3	1	3	1	2	1	1	9	0.069
S4	3	3	2	1	2	2	13	0.0725
S5	1	2	1	3	1	2	10	0.049
S6	1	3	1	1	1	3	10	0.056
S7	1	1	3	1	3	4	13	0.0595
S8	2	2	1	3	2	2	12	0.07
W1	3	3	3	2	2	1	16	0.09
W2	4	1	1	1	2	3	12	0.0655
W3	3	3	1	2	2	2	13	0.0715
W4	4	4	4	4	4	4	24	0.075
W5	3	3	2	2	3	3	16	0.0885
W6	3	3	2	2	2	2	14	0.077
Total IFE	31	34	24	27	29	32	179	1,0000

Lampiran 10 Hasil Penghitungan EFE

Faktor Strategis/Informan	I1	I2	I3	I4	I5	I6	Total	Bobot
O1	4	4	4	4	3	3	22	0.0834
O2	4	4	4	4	4	4	24	0.0962
O3	4	4	4	1	3	3	19	0.07265
O4	4	4	4	2	2	3	19	0.07265
O5	4	4	4	4	3	3	22	0.0905
O6	4	4	4	4	3	3	22	0.0758
O7	4	4	2	2	4	3	19	0.07265
T1	4	4	4	4	4	4	24	0.09245
T2	4	3	4	4	3	4	22	0.07965
T3	4	4	4	4	4	4	24	0.10885
T4	4	4	4	4	3	3	22	0.08155
T5	4	4	4	3	2	2	19	0.07425
Total EFE	48	45	47	48	38	36	262	1

Lampiran 11 Daftar Harga Laundry My Green Laundry



My Green Laundry
Laundry & Dry Cleaning Service

★★★★★

RINCIAN HARGA LAUNDRY











Jumlah	JENIS PAKAIAN	LAUNDRY	SET CLEAR (per baras)
1	Kemeja	5,500	10,000
2	Kemeja Basah	6,500	11,000
3	Celana panjang	6,500	11,000
4	Celana panjang jeans	7,500	12,000
5	Celana pendek	5,000	9,500
6	Kemeja sport	5,500	10,000
7	Kopyah / songkok	-	10,000
8	T-SHIRT	6,500	10,000
9	Alasan Safan	7,500	12,000
10	Bleelan Jas	-	20,000
11	Baju Jas (setara waja)	-	16,500
12	Hako dalam	4,500	9,000
13	Baju Telur / set	7,000	11,500
14	Baju hangar	9,000	12,500
15	Baju renang	7,000	11,500
16	Baju Mandi	8,000	10,500
17	Baju Ataman	6,000	10,500
18	Shawl Rok & Blaus	11,500	14,000
19	Gaun panjang	16,500	20,500
20	Rok bawah	8,000	10,500
21	Celana panjang	6,500	11,000
22	Celana panjang jeans	7,500	12,000
23	Celana pendek	5,000	9,500
24	Mukenah / rukuh	8,000	12,500
25	Selendang	5,000	9,500
26	Jas	5,500	10,000
27	Jilbab / Kerudung	5,000	9,500
28	Kelabaja pendek	-	15,000
29	Kelabaja panjang	-	18,000
30	Stak dalam	4,500	9,000
31	Gaun Telur	7,500	12,000
32	BH	3,500	8,000
33	Socking	3,500	8,000
34	Baju renang	8,000	12,500
35	Jaket	8,500	13,000
36	Jaket kulit	-	32,500
37	Sarung	5,000	9,500
38	Sweeping Basif	25,000	-
39	Baju Itram	-	15,000
40	Gaun pesta / mantan (panjang)	-	75,000
41	Gaun pesta / mantan (sedang)	-	50,000
42	Gaun pesta / mantan	-	40,000
43	Celana dalam	3,500	8,000
44	Kaos kaki	3,500	8,000
45	Baju lengan	2,500	7,000
46	Dasi	2,500	7,000
47	Topi	15,000	19,500
48	Shawl jka	-	22,500
49	Gaun safan	-	22,500
50	HANDUK (Besar)	7,500	12,000
51	HANDUK (Kecil)	5,500	10,000
52	Bantal ATAU guling (by jak. Besar)	8,000	-
54	Bantal ATAU guling (by jak. Besar)	15,000	-
55	Bed Cover single	16,500	-
56	Bed Cover double	18,500	-
57	Bed Cover Super (Jumbo)	25,000	-
58	Tutupi Sprei besar	25,000	29,500
59	Tutupi Sprei Super Besar (double bed)	18,500	23,000
60	Tutupi Sprei sedang	16,500	21,000
61	Tutupi Sprei kecil	13,500	18,000
62	Sprei Besar	13,000	16,000
63	Sprei kecil	8,500	13,000
64	Sprei Rombi	16,000	20,500
65	Sprei Besar (SETRIKA SAJA)	12,500	-
66	Sprei Kecil (SETRIKA SAJA)	7,500	-
67	Sprei Rombi (SETRIKA SAJA)	15,000	-
68	Sarung Bantal ATAU Guling (3)	2,500	7,000
69	Sarung Bantal Kurus (1)	3,000	7,500
70	Selamat Tubat Besar	16,500	21,000
71	Selamat Tubat Binas	13,500	18,000
72	Selamat Toga / bayi	11,500	16,000
73	Bronaka kecil < 30 cm	7,000	11,500
74	Bronaka sedang 30-75 cm	11,000	15,500
75	Bronaka Besar > 75 cm	15,000	20,000
76	Kumbon 1pa/m2	3,500	8,000
77	Kumbon 2pa/m2	4,500	9,000
78	Kumbon kayu	18,500	23,000
79	Matras/Hambal (besar)	25,000	29,500
80	Matras/Hambal (sedang)	25,000	29,500
81	Matras/Hambal (kecil)	15,000	19,500
82	Sopetan	5,500	10,000
83	Taplak Meja (super)	16,000	20,500
84	Taplak Meja (besar)	11,000	15,500
85	Taplak Meja (kecil)	5,000	9,500
86	Tutup jak mobil/bis	5,500	10,000
87	Karpet 1pa/m2	10,000	-
88	Karpet 2pa/m2	15,000	-
89	Karpet mobil/bis	50,000	-
90	Benjolan (lepasang)	10,000	-
91	Sepatu boot (lepasang)	15,500	-
92	Tas koper	35,500	-
93	Tas Gunung	25,000	-
94	Tas Sekolah	15,000	-
95	Tas Kaki	10,000	-
96	Dompet	-	10,000
97	Kereta Baju	40,000	-
98	HANGER termasuk packing hanger/pos	3,000	-
99	Packing hanger/pos (hanger bawa sendiri)	1,000	-

Harga Per 5 Kg :

Cuci : Rp. 14,000,-

Cuci Kering : Rp. 25,000,-

Cuci Setrika : Rp. 35,000,-

Hanger @ Rp. 3,000,-

Lampiran 12 Dokumentasi Outlet My Green Laundry Candi Mendut



Lampiran 13 Dokumentasi Bersama Dengan Owner My Green Laundry

