

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini memberikan informasi tentang penerapan teori *five forces strategy* pada perusahaan My Green Laundry dengan menggunakan pendekatan deskriptif yaitu dengan memaparkan fenomena yang ada. Dalam penelitian ini didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan teori *five forces strategy* pada perusahaan My Green Laundry adalah adanya faktor pertama yaitu persaingan di antara perusahaan yang ada (*threat of new entrants*). Persaingan dalam usaha bidang usaha laundry saat ini sangat ketat terutama pada daerah sekitar kos-kosan dengan pangsa pasar mahasiswa. Hal ini menyebabkan banyak dari laundry yang menggunakan kebijakan penurunan harga, hal ini menjadikan persaingan antar laundry menjadi sangat ketat yang berakibat pada penurunan kualitas layanan. Faktor kedua dalam *five force strategy* adalah adanya pesaing baru yang dapat merubah kondisi lingkungan usaha perusahaan. Hal ini akan berpengaruh pada profitabilitas perusahaan yang semakin menurun. Banyak atau sedikitnya pendatang baru yang ikut masuk dalam usaha lingkungan yang sama bergantung kepada besar kecilnya hambatan untuk masuk dalam usaha laundry. Faktor ketiga adalah adanya ancaman dari produk pengganti. Adanya pelayanan prima antar jemput, laundry kiloan yang murah dan laundry yang menyediakan mesin cuci langsung bisa dipakai pelanggan menjadi ancaman besar bagi para pembisnis bidang usaha laundry sehingga perlu adanya perhatian khusus dalam menjalankan bisnis bidang usaha laundry. Faktor ke

- empat adalah kekuatan tawar menawar pemasok. Pada faktor ini pada bidang laundry tidak begitu berpengaruh pada usaha laundry. Karena dari *management* memiliki banyak pemasok dan dapat memperoleh bahan sendiri baik di supermarket maupun di minimarket yang ada di seluruh kota Malang. Faktor kelima adalah adanya kekuatan tawar menawar konsumen. Pelanggan memegang kekuatan penting agar perusahaan meningkatkan kualitas baik produk maupun jasa. Konsumen akan semakin mementingkan kualitas dan layanan laundry-laundry bagi konsumen dengan adanya keterbukaan, sehingga konsumen akan semakin terbuka dalam menyampaikan pendapat dan keinginannya.
2. Faktor kekuatan internal My Green Laundry adalah mengutamakan kualitas, mencuci sesuai dengan permintaan konsumen, Pelayanan antar gratis dan jam buka yang lebih pagi dan tutup sampai malam. Sedangkan kelemahan internal pada perusahaan ini adalah harga lebih mahal, kegiatan promosi kurang maksimal, tidak memiliki *website* dan karyawan masih rangkap tugas sehingga kurang fokus dalam satu pekerjaan.
 3. Faktor eksternal adalah pangsa pasar yang semakin luas, bahan yang mudah didapat. Sedangkan faktor ancaman eksternal adalah layanan pesaing yang lebih berkualitas dan pesaing menggunakan teknologi yang lebih canggih.
 4. Berdasarkan hasil analisis pada tahap pencocokan, maka strategi yang ditawarkan pada matriks SWOT berupa strategi SO. Berdasarkan matriks IE, My Green Laundry berada pada posisi kuadran IV dengan alternatif strategi *grow and build* melalui pengembangan produk, pengembangan pasar, dan penetrasi pasar. Sedangkan hasil analisis pada tahap keputusan dengan menggunakan

matriks QSPM, strategi yang tepat untuk diterapkan pada My Green Laundry adalah strategi penetrasi pasar berdasarkan TAS (Total Attractiveness Score) dengan nilai sebesar 6,39.

5.2. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan pada penelitian ini adalah:

1. Menambah karyawan agar tidak ada lagi rangkap tugas. Penambahan karyawan disesuaikan dengan kemampuan dan potensi penambahan pelanggan di masing-masing cabang My Green Laundry.
2. Dalam menghadapi peluang yang begitu besar maka untuk mempertahankan dan mengikat pelanggan agar My Green Laundry menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan
3. Bagi para peneliti yang ingin melanjutkan penelitian sejenis disarankan untuk lebih banyak faktor yang dibahas dan melibatkan konsumen dalam hal penilaian penerapan teori five forces strategy pada perusahaan My Green Laundry.