

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA USAHA JASA CUCI SEPATU CLEANSHIPP LAMPUNG DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Maudy Jenia

Trend gaya hidup masyarakat yang semakin sadar tentang adanya *fashion* terlebih mengenai sepatu, mendorong masyarakat banyak membeli, menggunakan dan bahkan mengoleksi berbagai jenis sepatu. Dari adanya *trend* tersebut, masyarakat semakin *aware* dengan perawatan sepatu mereka, oleh karenanya mereka memilih menggunakan jasa profesional untuk mencuci dan merawat sepatunya. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan pada penelitian ini. Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengkaji strategi bisnis yang digunakan oleh usaha jasa cuci sepatu Cleanshipp Lampung di Bandar Lampung. Penelitian ini mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal perusahaan yang mempengaruhi keberlanjutan usaha dengan menggunakan metode analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*), matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), EFE (*External Factor Evaluation*), Matriks IE (*Internal-external*), dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*), serta memberikan rekomendasi strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan. Penelitian menunjukkan hasil bahwa alternatif strategi yang direkomendasikan adalah “memanfaatkan lokasi strategis dan kualitas layanan untuk menghadapi pesaing baru”. Cleanshipp Lampung dapat menambah *drop station* untuk mengirimkan sepatu pelanggan, dan dapat menambah produk seperti cairan anti jamur, dan parfum sepatu, serta Cleanshipp juga dapat memanfaatkan media sosial untuk edukasi pelanggan dan tetap mempertahankan durasi pengerjaan dengan memodernisasi peralatan.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, SWOT, IFE, EFE, QSPM, Cleanshipp Lampung

ABSTRACT

BUSINESS STRATEGY ANALYSIS OF CLEANSHIP LAMPUNG SHOE CLEANING SERVICE IN BANDAR LAMPUNG

By

Maudy Jenia

The lifestyle trend of people who are increasingly aware of fashion, especially regarding shoes, encourages individuals to buy, use and even collect various types of shoes. From this trend, people are increasingly conscious of the care of their shoes, which is why they opt to use professional services to wash and care for them. A descriptive qualitative approach was employed in this study. In the face of escalating market competition, this study aims to analyse and examine the business strategies utilised by the Cleanshipp Lampung shoe wash service in Bandar Lampung. This study identifies the company's internal and external factors that affect business sustainability using the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) analysis method, IFE (Internal Factor Evaluation), EFE (External Factor Evaluation), IE (Internal-external) Matrix, and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix), as well as providing strategic recommendations that can be applied by the company. The research shows that the recommended strategy alternative is to "take advantage of strategic location and quality of service to deal with new competitors". Cleanshipp Lampung can add drop stations to deliver customers' shoes, and can add products such as anti-fungal liquids, and shoe perfumes, and Cleanshipp can also use social media for customer education and still maintain the duration of the work by modernising equipment.

Keywords: *Business Strategy, SWOT, IFE, EFE, QSPM, Cleanshipp Lampung*