

Analisis Strategi Pengembangan Usaha Jasa Kebersihan: Studi Kasus Usaha Jasa Sini Sa Clean

Wahyul¹, Rita Yunus², Calvin A. Parinding³, Yunus Sading⁴, Musdayati⁵

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Universitas Tadulako

wahyul.sioyong27@gmail.com¹), rytha_plw@yahoo.com²),
parinding_kalvin@yahoo.com³ diazmus22@gmail.com⁴ yunussading.iesp@gmail.com⁵

ABSTRACT

The cleaning service business SINI sa CLEAN is a business that has quite promising potential for development, even though it is very promising, SINI sa CLEAN is currently unable to compete in a broad scope. SINI sa CLEAN must be able to develop and continue to innovate so that it can survive and be able to compete. So an appropriate development strategy is needed. The type of research used in this research is descriptive qualitative and the data sources in writing this article were taken from primary data and secondary data. The analysis technique used in this research is the SWOT analysis technique, recording and observation to produce accurate information. The aim of this research is to determine the internal and external factors of the SINI sa CLEAN cleaning service business to find out the business development strategy and to find out the SINI sa CLEAN cleaning service business development strategy. The research results show that the total internal factors of strengths and weaknesses as the X axis are 0.73, while the total external factors of opportunities and threats as the Y axis are 2.83. So the strategic position for developing the SINI sa CLEAN cleaning service business is in quadrant I, namely in the S-O strategy position which has the strength and opportunity to be able to develop the SINI sa CLEAN cleaning service business.

Keywords: *Cleaning Services, Development Strategy, SWOT Analysis.*

ABSTRAK

Usaha jasa kebersihan SINI sa CLEAN merupakan usaha yang memiliki potensi yang cukup menjanjikan untuk dikembangkan, walaupun sangat menjanjikan SINI sa CLEAN saat ini belum mampu bersaing dalam ruang lingkup yang luas. SINI sa CLEAN harus berkembang dan berinovasi sehingga dapat mampu bersaing, maka dibutuhkan strategi pengembangan yang tepat dan efektif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dan sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis SWOT, pencatatan dan observasi sehingga menghasilkan informasi yang akurat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal usaha jasa kebersihan SINI sa CLEAN untuk mengetahui strategi pengembangan usaha dan dapat menerapkan dan mengetahui strategi pengembangan usaha jasa kebersihan SINI sa CLEAN. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa total faktor internal kekuatan dan kelemahan sebagai sumbu X sebesar 0,73, Sedangkan total faktor eksternal peluang dan ancaman sebagai sumbu Y sebesar 2,83. Sehingga posisi strategi untuk pengembangan Usaha jasa kebersihan SINI sa CLEAN berada pada kuadran I yaitu pada posisi strategi S-O yang memiliki kekuatan dan peluang untuk dapat mengembangkan usaha jasa kebersihan SINI sa CLEAN.

Kata kunci: *Jasa Kebersihan, Strategi Pengembangan, Analisis SWOT.*

PENDAHULUAN

Pengembangan bisnis *cleaning service* menjadi topik penting di kota besar seperti Palu. Dalam beberapa tahun terakhir, kebersihan dan kesehatan telah menjadi isu sosial yang semakin penting, baik di rumah maupun di dunia usaha. Sebagai kota dengan jumlah penduduk yang terus meningkat dan kota yang berkembang pesat, Kota Palu menghadapi tantangan dalam menjaga kebersihan dan higienitas. Kesadaran akan pentingnya kebersihan semakin meningkat dan masyarakat semakin menginginkan lingkungan yang bersih dan sehat. Permintaan terhadap jasa kebersihan di Palu semakin meningkat seiring dengan berkembangnya dunia usaha, rumah tangga, dan sektor industri/komersial. Dalam konteks ini, pengembangan perusahaan *cleaning service* di Kota Palu menjadi penting untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. Memperluas bisnis jasa kebersihan penting dilakukan untuk menjaga lingkungan hidup yang bersih, sehat, dan nyaman. Dalam era modern ini, kesadaran akan pentingnya kebersihan semakin meningkat di kalangan masyarakat. Hal ini mendorong pertumbuhan industri jasa kebersihan yang semakin pesat. Usaha jasa kebersihan tidak hanya terbatas pada rumah tangga, tetapi juga meluas ke berbagai sektor.

SINI sa CLEAN merupakan jenis usaha yang bergerak dibidang jasa kebersihan yang bertempat di kota Palu, Sulawesi Tengah. Usaha ini berdiri sejak tanggal 25 Juli 2023 dengan 5 orang sebagai pendiri usaha, melihat adanya peluang dengan kondisi masyarakat yang memiliki mobilitas atau kesibukan yang tinggi dan seiring dengan minimnya waktu untuk pembersihan ruangan maka SINI sa CLEAN hadir untuk membantu mengurangi pekerjaan rumahan. Usaha jasa kebersihan SINI sa CLEAN merupakan usaha yang memiliki potensi yang cukup menjanjikan untuk dikembangkan, walaupun sangat menjanjikan SINI sa CLEAN saat ini belum mampu bersaing dalam ruang lingkup yang luas. SINI sa CLEAN Untuk bertahan dan bersaing, kita harus mampu berevolusi dan berinovasi. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang tepat.

Menurut Kotler dan Armstrong (2015: 5), pemasaran merupakan proses dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan atau inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai bersama dengan orang lain. Keberhasilan suatu bisnis dipengaruhi oleh strategi pemasarannya. Pelaku usaha berusaha meningkatkan pemasarannya dengan harapan penjualan menjadi lebih baik dari sebelumnya dan meningkat. Strategi pemasaran atau SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) merupakan identifikasi sistematis berbagai faktor untuk menentukan strategi suatu perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang memungkinkan Anda memaksimalkan kekuatan dan peluang sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman. Menurut Serdamyanti (2014), strategi adalah rencana jangka panjang yang tindakannya ditujukan untuk mencapai tujuan tersebut dan memastikan bahwa tujuan tersebut tercapai atau dilaksanakan dengan benar dalam suatu organisasi atau organisasi yang direncanakan. perusahaan .

TINJAUAN LITERATUR

Konsep Industri

Menurut Simposium UU Ketenagakerjaan, industri adalah sekumpulan kegiatan usaha ekonomi yang mengolah, mengolah atau menghasilkan bahan-bahan mentah, mengubahnya menjadi produk, dan menyempurnakannya sehingga pada akhirnya lebih berguna dan bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan (Baturbatur, 2017). Menurut Badan Pusat Statistik (2008), "industri" memiliki dua arti: 1. Dalam arti luas, "industri" mencakup semua usaha dan kegiatan produktif dalam suatu sektor perekonomian. 2. Industri dalam arti sempit hanya mencakup industri manufaktur saja. Artinya, kegiatan ekonomi yang melibatkan modifikasi mekanis, kimia, atau artisanal dari produk dasar menjadi produk setengah jadi dan/atau produk jadi dan bahkan produk dengan kualitas lebih rendah. Nilai tersebut diterjemahkan menjadi barang-barang bernilai lebih tinggi yang lebih cenderung diarahkan pada penggunaan akhir. Menurut Hasibuan (2000), pengertian industri sangat luas baik pada tingkat makro maupun mikro. Dari sudut pandang mikroskopis, industri adalah kumpulan perusahaan yang memproduksi barang serupa atau barang yang sebagian besar karakteristiknya dapat saling menggantikan. Sejauh menyangkut perolehan pendapatan, hal ini cenderung bersifat makroekonomi. Industri merupakan kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah. Jadi, *industrial frontier* adalah kumpulan perusahaan yang memproduksi barang pada tingkat mikro dan dapat menghasilkan pendapatan pada tingkat makro.

Teori UMKM

Menurut Butabutar (2017) mengemukakan bahwa UMKM Mengingat Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai dampak positif terhadap perekonomian suatu negara, pemerintah sangat memperhatikan keberlanjutannya untuk menjamin kelangsungan hidup UMKM. Berikut pengertian usaha kecil dan menengah :

1. Usaha Mikro Menurut Bank Indonesia, usaha mikro adalah usaha yang dijalankan oleh masyarakat miskin atau hampir miskin, dan usaha keluarga memanfaatkan sumber daya lokal dan menggunakan teknologi sederhana, menjadikannya sektor usaha yang mudah masuk dan keluar. Aset usaha mikro minimal Rp 50 juta dan omzet maksimal Rp 300 juta.
2. Usaha kecil dan menengah merupakan kegiatan ekonomi kerakyatan yang berskala kecil, dan sebagian besar sektor usaha merupakan usaha kecil dan menengah yang perlu dilindungi untuk mencegah terjadinya persaingan tidak sehat. Untuk usaha kecil dan menengah, kriteria asetnya adalah: Maksimal Rp 50 juta – Rp 500 juta ambang batas penjualan maksimumnya berkisar Rp 300 juta hingga Rp 2,5 miliar.
3. Usaha Menengah Usaha menengah adalah usaha yang sangat produktif yang memenuhi kriteria mempunyai kekayaan bersih lebih dari Rp 200 juta sampai dengan Rp 10 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha itu berada . BPS bekerja sama dengan Disperindag (Kementerian Perindustrian dan Perdagangan) untuk mengklasifikasikan jenis UMKM

berdasarkan jumlah pegawainya. Artinya, 1. Usaha mikro berupa kerajinan rumah tangga dengan jumlah pekerja kurang dari 5 orang, termasuk tenaga kerja tidak berbayar. 2. Usaha kecil dengan 5 sampai 19 karyawan. 3. Perusahaan menengah dengan jumlah karyawan 20 sampai 99 orang.

Umumnya UMKM bergerak pada dua sektor, yaitu sektor industri dan sektor barang dan jasa.

Menurut Keputusan Presiden Nomor 127 Tahun 2001, bidang-bidang usaha dan industri pada sektor perindustrian dan perdagangan yang terbuka bagi usaha kecil dan menengah adalah sebagai berikut: 1) Industri makanan dan minuman olahan yang meliputi pengawetan seperti penggaraman, penggaraman, pemanis, proses fermentasi seperti pengasapan, pengeringan, pemasakan, dan penggorengan dengan cara tradisional. 2) Industri yang melakukan pemurnian benang dari serat sintetik serta mengikat benang yang diberi pola dan pewarnaan dengan menggunakan perkakas tangan. 3) Industri tekstil meliputi tenun, rajutan, batik, dan bordir. Hal ini ditandai dengan penggunaan alat-alat tangan seperti ATB atau batik, topi, dan kopiah. 4) Pengolahan hasil hutan dan hortikultura yang tidak dapat dimakan. Bahan bangunan atau rumah tangga: Bambu, nipah, sirap, arang, sabut kelapa. Bahan industri : Karet, kulit kayu, sutera alam, gambir. 5) Industri perkakas tangan manual atau semi mekanis untuk pekerjaan pertukangan dan pemotongan. 6) Industri perkakas tangan pertanian yang diperlukan untuk persiapan lahan, proses produksi, pemanenan, pasca panen dan pengolahan tidak termasuk cangkul dan sekop. 7) Industri produk tanah liat yang diglasir dan tanpa glasir untuk keperluan rumah tangga. 8) Industri jasa pemeliharaan dan perbaikan, antara lain industri otomotif, kapal di bawah 30 GT, peralatan elektronika, dan peralatan rumah tangga, yang dilakukan secara manual atau semi otomatis. 9) Industri kerajinan yang kaya akan warisan budaya lokal dan nilai seni dengan menggunakan bahan baku alam dan tiruan.

Jasa Kebersihan

Cleaning service merupakan suatu kegiatan yang bertugas menjaga kebersihan suatu tempat, kantor, atau instansi serta memberikan jasa kebersihan (Semestha, 2018). Jasa kebersihan adalah jasa yang diberikan oleh badan usaha atau perseorangan untuk membersihkan, memelihara, dan menjaga kebersihan lingkungan seperti rumah, kantor, gedung, fasilitas umum, dan ruang komersil lainnya (Amaliya dkk, 2023) Jasa kebersihan dapat diberikan dengan cara sebagai berikut perusahaan profesional: di bidang ini atau sebagai bagian dari penawaran perusahaan jasa yang lebih komprehensif.

Layanan pembersihan sering kali mencakup tim pembersihan berpengalaman yang terlatih untuk menggunakan peralatan dan bahan pembersih yang tepat untuk mencapai hasil yang optimal. *Cleaning service* berperan penting dalam menjaga lingkungan yang bersih, sehat, dan nyaman bagi individu, keluarga, karyawan, dan pengunjung lokasi.

Konsep Tenaga Kerja

Pengertian pekerja merupakan orang-orang dalam usia kerja yang bersedia

bekerja, seperti mereka yang sudah bekerja, sedang mencari pekerjaan, bersekolah, atau melakukan pekerjaan rumah tangga (MT Rionga & Yoga Firdaus, 2007: 2). Menurut Sumitro Jojohadikusmo (1987) pekerja merupakan semua orang yang mau dan mampu bekerja, termasuk orang yang menganggur bagaimanapun keadaannya dan orang yang terpaksa melakukan kerja paksa. Jika itu terjadi dapat menganggur karena tidak ada lapangan kerja. Menurut definisi dalam Undang-Undang Ketenagakerjaan Nomor 13 Tahun 2003, pengertian pekerja adalah setiap orang yang dapat melakukan pekerjaan untuk menghasilkan barang dan jasa untuk keperluan sendiri atau untuk keperluan orang banyak. Komunitas yang menciptakan. Secara umum, pekerja dikategorikan menjadi (1) pekerja terdidik, (2) pekerja terlatih, (3) pekerja terdidik dan terlatih, dan (4) pekerja tidak terdidik dan tidak terlatih tidak ada pekerja yang diklasifikasikan ke dalam empat kelompok.

Penelitian Terdahulu

Amaliya, dkk (2023) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengembangan Jasa Kebersihan 88 Klinik Resik Kota Semarang" Tujuan penelitian ini yakni untuk menganalisis dan mengembangkan layanan kebersihan di 88 klinik Lesik di Kota Semarang, dengan fokus pada manajemen sumber daya manusia, produksi, dan keuangan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa manajemen sumber daya manusia pada 88 klinik Lesik di Kota Semarang dapat ditingkatkan melalui perbaikan proses rekrutmen, pelatihan, dan evaluasi kinerja. Berdasarkan temuan tersebut, diusulkan rekomendasi sebagai berikut: (1) Meningkatkan manajemen sumber daya manusia, termasuk rekrutmen, pelatihan, dan evaluasi kinerja; (2) Menerapkan prosedur operasi standar yang jelas dan memastikan peralatan yang sesuai pilihan. (3) peningkatan pengelolaan keuangan, termasuk peningkatan pemantauan pengeluaran dan pendapatan terkait layanan kebersihan;

Nurfadillah Suaib, Effendy dan Dewi Sartika L. Br Manurung (2021), melakukan penelitian dengan judul Strategi pengembangan usaha kopi kaili sulteng pada usaha kecil menengah (UKM) Riski Narasa di Desa Tinggede Kecamatan Marawolo Kabupaten Sigi. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi pengembangan produksi kopi Kaili di Sulawesi Tengah dengan menggunakan kondisi faktor internal dan eksternal I UKM Riski Narasa di Desa Tingede, Kecamatan Marawora, Kabupaten Sigi. Analisis SWOT akan digunakan untuk analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor peluang lebih besar dibandingkan ancaman. Oleh karena itu, UKM Riski Narasa dapat memanfaatkan faktor peluang untuk meningkatkan usahanya.

Hasbi Salman Elli, dkk (2021), melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kopi Suka Sangrai Di Kelurahan Suka Asih Kota Bandung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM Kopi Sangrai Suka di Kelurahan Suka Asi Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teknik penelitian studi kasus. Analisis meliputi matriks IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSP. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kondisi internal dan eksternal perusahaan cukup baik. Matriks IE menunjukkan perusahaan berada pada posisi "mempertahankan". Alternatif

strategi yang muncul dari matriks SWOT dan QSP adalah dengan melakukan diversifikasi produk dengan membuat kemasan kopi siap seduh dalam jumlah kecil untuk meningkatkan potensi penjualan dan menjangkau pasar yang lebih luas. Saran untuk pengembangan UMKM Suka Sanrai antara lain mempererat hubungan dengan konsumen, menjaga kualitas produk, menerapkan strategi diversifikasi produk, dan memaksimalkan promosi melalui media sosial.

Soni Supriatna (2014), melakukan penelitian yang berjudul “ Analisis Strategi Pengembangan Kopi Luwak (Studi Kasus UMKM Careuh Coffee Rancabali-Ciwidney Bandung). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bauran pemasaran yang diterapkan Careuh Coffee, menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran, dan merekomendasikan alternatif strategi pemasaran. Penelitian ini menggunakan teknik Analytic Hierarchy Process (AHP). Penelitian analitis internal menunjukkan bahwa produksi dan peternakan luwak adalah kekuatan mereka, begitu pula nama dan logo unik mereka. Namun sumber daya seperti modal, sumber daya manusia, dan pemasaran terbatas. Peluang UMKM Careuh Coffee antara lain semakin populernya kopi luwak dan tren pecinta kopi yang mencari cita rasa unik dan istimewa.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan kualitatif.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian (Moleong, 2016). Penelitian deskriptif, di sisi lain, adalah penelitian yang berupaya menggambarkan atau memberikan informasi secara sistematis tentang suatu situasi, masalah, atau fenomena mengenai penjelasan tentang sikap dan perilaku masyarakat terhadap kondisi dan permasalahan kehidupan (Kumar, 2011). Selain itu, sumber data yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT yang melibatkan pencatatan dan pengamatan untuk memperoleh informasi yang akurat.

Profil Usaha SINI sa CLEAN

SINI sa CLEAN merupakan jenis usaha yang bergerak dibidang jasa kebersihan yang bertempat di kota Palu, Sulawesi Tengah. Usaha ini berdiri sejak tanggal 25 Juli 2023 dengan 5 orang sebagai pendiri usaha, melihat adanya peluang dengan kondisi masyarakat yang memiliki mobilitas atau kesibukan yang tinggi dan seiring dengan minimnya waktu untuk pembersihan ruangan maka SINI sa CLEAN hadir untuk membantu mengurangi pekerjaan rumahan. SINI sa CLEAN mempunyai beberapa layanan jasa yaitu : pembersihan ruangan, cuci (vakum) sofa, dan cuci (vakum) *springbad*



Gambar 1. Logo usaha jasa SINI sa CLEAN

SINI sa CLEAN mempunyai beberapa layanan dengan beragam tarif harga yang ditawarkan yaitu:

- a. Pembersihan ruangan
 1. 1 petugas (2 jam Rp.150.000, 3 jam Rp.230.000, 4 jam Rp.310.000, 5 jam Rp.370.000)
 2. 2 petugas (2 jam Rp. 180.000, 3 jam Rp.270.000, 4 jam Rp.345.000, 5 jam Rp.450.000, 6 jam Rp. 540.000, 7 jam Rp.630.000, 8 jam Rp.720.000)
 3. 3 petugas (2 jam Rp.220.000, 3 jam Rp.310.000, 4jam Rp.410.000, 5 jam Rp. 520.000, 6 jam Rp.625.000, 7 jam Rp.735.000, 8 jam Rp.840.000)
 4. 4 petugas (4 jam Rp.465.000, 5 jam Rp.615.000, 6 jam Rp.725.000, 7 jam Rp.835.000, 8 jam Rp.955.000)
 5. 5 petugas (4 jam Rp.525.000, 5 jam Rp.670.000, 6 jam Rp.815.000, 7 jam Rp.935.000, 8 jam Rp.1.100.000)
- b. Paket cuci *Springbed*
Kasur no.1 Rp.250.000, kasur no.2 Rp.230.000, kasur no.3 Rp.210.000, kasur no.4 Rp.190.000
- c. Paket cuci sofa
Sofa 4 *seater* Rp.245.000, Sofa 3 *seater* Rp.230.000, Sofa 2 *seater* Rp.180.000, Sofa 1 *seater* Rp.130.000
- d. Paket Vakum Spring Bad
Kasur No.1 Rp.175.000, Kasur No. 2 Rp.165.000, Kasur No.3 Rp.145.000, Kasur No.4 Rp.155.000
- e. Paket Vakum Sofa
Sofa 4 *seater* Rp.140.000, Sofa 3 *seater* Rp.135.000, Sofa 2 *seater* Rp.125.000, Sofa 1 *seater* Rp.115.000

Analisis SWOT SINI sa CLEAN

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui keputusan apa yang dibuat untuk melakukan strategi pengembangan usaha jasa SINI sa CLEAN, salah satu hal yang dilakukan adalah mengidentifikasi faktor internal usaha (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal usaha (peluang dan ancaman) Usaha jasa SINI sa CLEAN. Data yang digunakan dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal SINI sa CLEAN diambil dari hasil wawancara penulis secara langsung dengan pemilik usaha. Adapun hasil identifikasi analisis SWOT faktor internal dan eksternal yang penulis lakukan bisa dilihat pada tabel berikut .

Tabel 1. Hasil Identifikasi Analisis SWOT Faktor Internal dan Eksternal

Internal	
Kekuatan (<i>Strengths</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alat yang digunakan lengkap 2. Petugas yang berpengalaman dibidang jasa kebersihan 3. Tarif yang relatif rendah dibanding dengan pesaing 4. Memiliki badan hukum
Kelemahan (<i>Weakness</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum mempunyai karyawan tetap 2. Belum mempunyai kantor tetap 3. Pemasaran usaha masih menggunakan cara seadanya 4. Pekerja yang belum tersertifikasi
Faktor Eksternal	
Peluang (<i>Opportunities</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berlokasi di kota 2. Dibutuhkan masyarakat terkhusus masyarakat yang memiliki kesibukan yang tinggi 3. Dapat menjalin kerja sama dengan instansi dalam kebersihan gedung 4. Dapat membuka lapangan pekerjaan khususnya untuk semua kalangan
Ancaman (<i>Threats</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah pesaing yang semakin banyak

Setelah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal SINI sa CLEAN, selanjutnya membuat IFAS (Analisis Internal Factors Evaluation) memasukkan faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan EFAS (External Factors Analisy Summary) memasukkan faktor eksternal (Peluang dan Ancaman) yang diisi dengan skor. Berikut tabel IFAS dan EFAS.

Tabel 2. Analisis SWOT Faktor Internal Menggunakan IFAS

	faktor Internal	bobot	reting	skor
Kekuatan (Strength)	1. alat yang digunakan lengkap	0.16	3.5	0.57
	2. Petugas yang berpengalaman dibidang jasa kebersihan	0.11	4	0.43
	3. Tarif yang relatif rendah dibanding dengan pesaing	0.14	3	0.41
	4. memiliki badan hukum	0.11	3	0.32
	sub. Total	0.51		1.73
Kelemahan	1. belum mempunyai karyawan tetap	0.16	2.5	0.41
	2. belum mempunyai kantor tetap	0.14	2	0.27
	3. pemasaran usaha masih menggunakan media seadanya	0.11	1.5	0.16

(Weakness)	4. pekerja yang belum tersertifikasi	0.08	2	0.16
	sub.total	0.49		1
	total	1,00		0.73

Sumber data : Data SINI sa CLEAN, 2024

Berdasarkan tabel di atas, bahwa faktor *strengths* mempunyai total skor sebesar 1,73 yang memiliki skor terbesar yaitu pada alat yang digunakan lengkap dengan skor 0,57. Kemudian untuk *rating* terbesar yaitu Petugas yang berpengalaman dibidang jasa kebersihan dengan *rating* 4. Kemudian faktor *weaknesses* memiliki total skor sebesar 1,00 yang memiliki skor terbesar 0,41 yaitu belum mempunyai karyawan tetap karena ini dapat menghambat jalannya usaha jika mendapatkan konsumen.

Tabel 3. Analisis SWOT Faktor Eksternal Menggunakan EFAS

	faktor eksternal	bobot	rating	skor
Peluang (Opportunities)	1. berlokasi di tengah kota	0.21	3.5	0.73
	2. dibutuhkan masyarakat terkhusus masyarakat yang memiliki kesibukan yang tinggi	0.17	4	0.67
	3. dapat menjalin kerja sama dengan instansi dalam kebersihan gedung	0.25	3	0.75
	4. dapat membuka lapangan pekerjaan khususnya untuk semua kalangan	0.25	3.5	0.88
	sub. Total	0.88		3.02
Ancaman (Threats)	1. jumlah pesaing yang semakin banyak	0.125	1.5	0.19
	Sub. Total	0.125		0.19
	Total	1.00		2.83

Sumber Data : Data SINI sa CLEAN, 2024

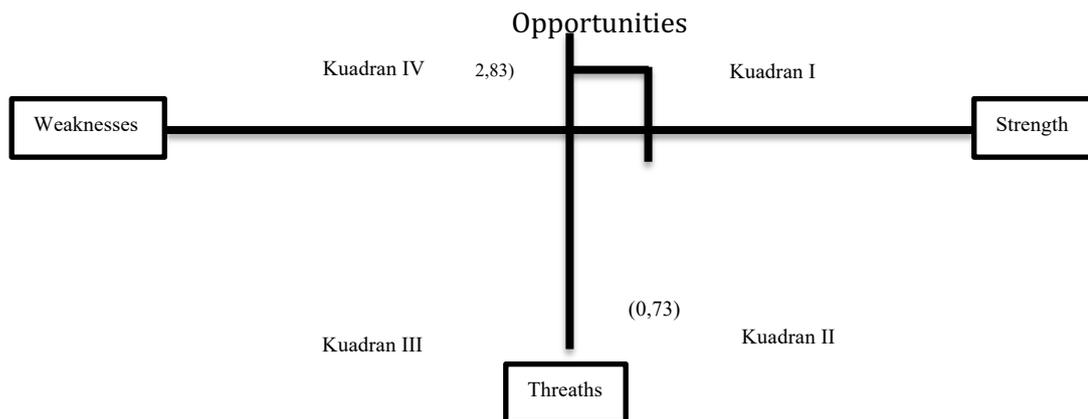
Berdasarkan tabel di atas, bahwa faktor *Opportunities* mempunyai total skor sebesar 3,02 yang memiliki skor terbesar yaitu dapat membuka lapangan pekerjaan khususnya untuk semua kalangan dengan skor 0,88. Kemudian untuk *rating* terbesar yaitu dibutuhkan masyarakat terkhusus masyarakat yang memiliki kesibukan yang tinggi dengan *rating* 4. Kemudian faktor *threats* memiliki total skor sebesar 0.19 dimana terdapat jumlah pesaing yang semakin banyak mengakibatkan penurunan pelanggan sehingga berpengaruh pada pendapatan usaha.

Saat memutuskan strategi mana yang akan digunakan selanjutnya, yaitu mencocokkan menggunakan diagram kuadran, analisis SWOT dibuat dari dua sumbu utama: IFAS di seluruh W. Selanjutnya, kurangi total nilai O dari total nilai T untuk

mencari nilai X. Berdasarkan hasil matriks IFAS dan EFAS SINI sa CLEAN dapat dijelaskan bahwa sumbu (X,Y) dengan cara:

- a. $Y = (\text{kekuatan} - \text{kelemahan}) = 1,73 - 1,00 = 0,73$
- b. $X = (\text{peluang} - \text{ancaman}) = 3,02 - 0,19 = 2,83$

Hasil analisa SINI sa CLEAN menentukan posisi Kuadran I dari hasil diagram analisa SWOT. Kuadran I menjelaskan bahwa SINI sa CLEAN mempunyai kekuatan dan peluang yang signifikan serta dapat memanfaatkan peluang yang ada.



Gambar 2. Penentuan Matriks Strategi Pengembangan Usaha SINI sa CLEAN

Sumber Data : SINI sa CLEAN, 2024

Analisis SWOT Dengan Menggunakan Matriks SWOT

Menurut Rangkuti, elemen yang digunakan sebagai alat untuk mengembangkan strategi perusahaan adalah matriks SWOT (Rangkuti, 2008). Matriks ini dapat menunjukkan dengan jelas bagaimana suatu perusahaan menyeimbangkan kekuatan dan kelemahannya dengan peluang dan ancaman, sehingga dapat diperoleh empat kemungkinan alternatif strategis: SO, ST, WO, dan WT.

- a) Strategi SO
 1. Selalu merawat alat yang digunakan dalam bekerja
 2. Menambah peralatan yang dapat digunakan mengikuti perkembangan teknologi
 3. Selalu mengutamakan profesionalitas dalam bekerja di lapangan
 4. Menggunakan tarif yang tetap terjangkau agar dapat menjangkau semua kalangan yang membutuhkan
- b) Strategi WO
 1. Memanfaatkan teknologi dan mengembangkan kreativitas dalam pemasaran
 2. Mengembangkan usaha agar dapat mempekerjakan orang dan cukup modal untuk mempunyai kantor tetap
 3. Mengikut sertakan pekerja dalam pelatihan untuk tersertifikasi agar dapat lebih mudah menjalin kerja sama dengan instansi
- c) Strategi ST

Mempertahankan profesionalitas dalam bekerja untuk mendapatkan pelanggan tetap sehingga meminimalisir pesaing untuk masuk

d) Strategi WT

1. Segera melakukan inovasi dalam pemasaran usaha jasa sehingga dapat dilirik oleh masyarakat
2. Mempunyai karyawan yang tersertifikasi agar dapat bersaing dengan usaha lainnya.

Tabel 4. Analisis Matriks SWOT Untuk Strategi Pengembangan Usaha SINI Sa CLEAN

IFAS	Kekuatan	Kelemahan
EFAS	Petugas yang berpengalaman dibidang jasa kebersihan Tarif yang relatif rendah dibanding dengan pesaing Memiliki badan hukum	Belum mempunyai karyawan tetap Pemasaran usaha masih menggunakan cara seadanya Pekerja yang belum tersertifikasi
peluang	SO	WO
Berlokasi strategis Dapat menjalin kerja sama dengan instansi dalam kebersihan gedung Dapat membuka lapangan pekerjaan khususnya untuk semua kalangan	Selalu merawat alat yang digunakan dalam bekerja Menambah peralatan yang dapat digunakan mengikuti perkembangan teknologi Selalu mengutamakan profesionalitas dalam bekerja di lapangan Menggunakan tarif yang tetap terjangkau agar dapat menjangkau semua kalangan yang membutuhkan	Memanfaatkan teknologi dan mengembangkan kreativitas dalam pemasaran Mengembangkan usaha agar dapat mempekerjakan orang dan cukup modal untuk mempunyai kantor tetap Mengikut sertakan pekerja dalam pelatihan untuk tersertifikasi agar dapat lebih mudah menjalin kerja sama dengan instansi
ancaman	ST	WT
Jumlah pesaing yang semakin banyak Tran pembersihan sendiri Krisis ekonomi	Mempertahankan profesionalitas dalam bekerja untuk mendapatkan pelanggan tetap sehingga meminimalisir pesaing untuk masuk Mempertahankan tarif yang rendah namun tidak merugikan Mengoptimalkan dalam bekerja sehingga terdapat perbedaan hasil kebersihan	Segera melakukan inovasi dalam pemasaran usaha jasa sehingga dapat dilirik oleh masyarakat Mempunyai karyawan yang tersertifikasi agar dapat bersaing dengan usaha lainnya.

KESIMPULAN

Adapun hasil dari analisis SWOT yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Faktor internal yang mempengaruhi usaha jasa kebersihan SINI sa CLEAN adalah kekuatan : alat yang digunakan lengkap, petugas yang berpengalaman di bidang jasa kebersihan, tarif yang relatif rendah dibanding dengan pesaing, dan memiliki badan hukum. Kelemahan : belum mempunyai karyawan tetap, belum mempunyai kantor tetap, pemasaran usaha masih menggunakan cara seadanya, pekerja yang belum tersertifikasi.
2. Faktor eksternal yang mempengaruhi usaha jasa kebersihan SINI sa CLEAN adalah Peluang : berlokasi di kota, dibutuhkan masyarakat terkhusus masyarakat yang memiliki kesibukan yang tinggi, dapat menjalin kerja sama dengan instansi dalam kebersihan kedung, dan dapat membuka lapangan pekerjaan khususnya untuk semua kalangan. Ancaman : jumlah pesaing yang semakin banyak.
3. Strategi untuk pengembangan usaha jasa kebersihan SINI sa CLEAN berada pada kuadran I yaitu pada posisi strategi S-O yang memiliki kekuatan dan peluang untuk dapat mengembangkan usaha jasa kebersihan SINI sa CLEAN. Strategi S-O yaitu Selalu merawat alat yang digunakan dalam bekerja, Menambah peralatan yang dapat digunakan mengikuti perkembangan teknologi, selalu mengutamakan profesionalitas dalam bekerja di lapangan, dan menggunakan tarif yang tetap terjangkau agar dapat menjangkau semua kalangan yang membutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliya.Y., Praptono.S., Lestari.S.P. (2023), Pengembangan jasa kebersihan 88 klinik Resik Kota Semarang
- Elli, H. S., Pardian, P., Syamsiyah, N., & Wiyono, S. N. (2021). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) KOPI SUKA SANGRAI DI KELURAHAN SUKA ASIH KOTA BANDUNG. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 713-723.
- Gestry Romaito Butarbutar (2017), analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha industri makanan khas dikota tebing tinggi JOM Fekon, Vol.4, No.1 (Februari) 2017. Hal, 619-633
- Moleong L.J (2016) Metodologi penelitian kualitatif (edisi revisi). Bandung ; Rosda.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Suaib, N., Effendy, & Manurung, D. S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Kopi Kaili Sulteng Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Riski Narasa Di Desa Tinggede Kecamatan Marawola Kabupaten Sigi. *e-j. Agrotekbis 9 (2)*, 399-405.
- Supriatna, S., & Aminah, M. (2014). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kopi Luwak (Studi Kasus UMKM Careuh Coffee Rancabali-Ciwidey Bandung). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 228-243.