



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Ekspansi La Bucato Smart Laundry

Skripsi

Oleh

Monica Christiany

2014320006

Bandung

2018



**Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Ekspansi La Bucato Smart Laundry

Skripsi

Oleh

Monica Christiany

2014320006

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Monica Christiany
Nomor Pokok : 2014320006
Judul : Analisis Strategi Ekspansi La Bucato Smart Laundry

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 11 Juli 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

: 

Sekretaris

Sanerya Hendrawan, Ph.D

: 

Anggota

Gandhi Pawitan, Ph.D

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Monica Christiany

NPM : 2014320006

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Ekspansi La Bucato Smart Laundry

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain di kutip, di tulis, dengan kaidah penulisan yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila di kemudian hari bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 30 Mei 2018



Monica Christiany

ABSTRAK

Nama : Monica Christiany
NPM : 2014320006
Judul : Analisis Strategi Ekspansi La Bucato Smart Laundry

Kota Bandung merupakan salah satu pusat bisnis terbesar di Jawa Barat mulai dari bisnis pariwisata, industri kreatif hingga pendidikan. Terutama yang sangat berpengaruh hingga saat ini adalah bisnis pariwisata. Hal tersebut merupakan salah satu faktor bisnis jasa berupa laundry muncul. La Bucato Smart Laundry merupakan perusahaan laundry yang baru menjalankan bisnisnya, untuk itu La Bucato Smart Laundry membutuhkan strategi bagi pengembangan usahanya, dengan cara melakukan ekspansi. ekspansi adalah aktivitas memperbesar atau memperluas usaha yang ditandai dengan penciptaan pasar baru, perluasan fasilitas, perekrutan pegawai, dan lain – lain. Ekpansi bertujuan untuk menjaga pangsa pasar dan mencari pangsa pasar baru.

Metode yang di gunakan dalam penulisan ini adalah penelitian deskriptif dan menggunakan metode studi kasus. Teknik analisis data menggunakan perbandingan teori-teori dengan informasi yang di dapatkan peneliti dari lapangan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi langsung, studi kepustakaan serta wawancara.

Melalui studi analisis yang dilakukan dengan menggunakan analisis Business Model Canvas (BMC) di dapatkan value proporsition yang menggambarkan nilai keunggulan kompetitif dari perusahaan, selain itu dilakukan analisis potensi pertumbuhannya melalui analisis internal dan eksternal, serta menyusun rencana strategik dan langkah ekspansi yang dilakukan oleh La Bucato Smart Laundry. Dari analisis tersebut hasil yang di dapatkan adalah value proporsition yang di miliki La Bucato Smart Laundry sudah memenuhi kebutuhan konsumen, posisi La Bucato Smart Laundry saat ini juga ada pada posisi bertumbuh dan dapat melakukan ekspansinya dengan rencana dan langkah dengan jangka waktu pendek.

Kata kunci : Strategi Ekspansi, Bisnis Laundry, Blue Ocean, Inovasi

ABSTRACT

Name : Monica Christiany
NPM : 2014320006
Title : Expansion Strategy Analysis of La Bucato Smart Laundry

Bandung city is one of the largest business in West Java, ranging from tourism business, creative industry to education. The most influential property to date is the tourism business. This is one factor of laundry service. La Bucato Smart Laundry is a new Laundry Laundry company. La Bucato Smart Laundry requires a strategy for business development by doing expansion. Expansion is the activity of enlarging or expanding the business marked by the creation of new markets, expansion of facilities, recruitment of employees, and others. Expansion aims to maintain market share and seek new market share.

The method that used in this paper is descriptive research and use case study method. Data analysis techniques used a comparison of theories with information obtained by researchers from the field. Data collection techniques are direct observation, literature study and interview.

Through analytical study conducted by using Business Model Canvas (BMC) analysis in getting value proporsition that describes the value of competitive advantage from company, besides analyzing growth potency through internal and external analysis, and to prepare strategic plan and expansion step done by La Bucato Smart Laundry. From the analysis of the results obtained is the value of proporsition in La Bucato Laundry La La already meet the needs of consumers, La Bucato Smart Laundry position is currently also in a position to grow and can perform its expansion with plans and steps with a short-term.

Keywords : Expansion Strategy, Laundry Bussiness, Blue Ocean, Innovation

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih karunia dan berkat penyertaanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Strategi Ekspansi di La Bucato Smart Laundry” penulisan ini diajukan untuk menempuh ujian sidang strata 1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis menghadapi banyak tantangan dan kesulitan, dan penulis dapat melaluinya dengan baik karena bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya untuk pihak-pihak tersebut, diantaranya :

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa menyertai penulis dalam segala keadaan, setia memberikan kasih dan berkatNya serta janjiNya yang tepat pada waktuNya.
2. Bapak Sanernya Hendrawan, Ph.D selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dari awal seminar hingga akhir dari proses pembuatan skripsi ini. Terima kasih untuk bimbingan bapak yang dengan sabar mengarahkan penulis dalam pembuatan skripsi ini.
3. Ketua Prodi IAB Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. beserta seluruh dosen dan staff FISIP UNPAR. Terima kasih atas segala bantuan dalam hal perkuliahan.

4. Stefanus Santoso Halim selaku pemilik La Bucato Smart Laundry. Terima kasih atas segala bantuan bagi penulis untuk melakukan penelitian serta mempermudah penulis dalam proses pengambilan data.
5. Papa di surga dan Mama Lianawati selaku orang tua penulis yang selalu memberi semangat, motivasi dan berjuang sekuat tenaga untuk menjadikan penulis hingga sekarang ini.
6. Claudia Veronica dan Feni Holy selaku sahabat penulis. Terima kasih untuk selalu ada mendukung penulis, untuk motivasi dan setiap arahan dalam keadaan apapun, selalu menjadi tempat penulis untuk berbagi apapun yang menjadi beban.
7. Ruthmaya Napitupulu, Tiffany Natasha, Natalin dan Grace selaku keluarga rohani penulis. yang terus selalu ada, menjadi sahabat dalam berbagi suka duka dan membimbing proses bertumbuh dalam kerohanian penulis, memberikan banyak teladan serta makna baru dalam hidup penulis,
8. Levi Jeremy Prasetyo, sebagai sahabat penulis. Terima kasih untuk setiap perjuangan yang di lewati bersama, untuk semua inspirasi, motivasi dan dukungan serta terus selalu ada dalam keadaan apapun, yang menjadi teman bertumbuh dalam hal apapun.
9. Vanessa Natalie dan Riska Pitaloka selaku sahabat seperjuangan. Terima kasih untuk mengingatkan banyak hal mengenai perskripsian, memotivasi dan terus ada.
10. Renata Ivana dan Bellamaya sebagai sahabat penulis selama perkuliahan. Terima kasih telah bersama-sama berjuang dalam persahabatan kita di

kuliah, juga pengalaman dalam lomba *Parahyangan Business Case Competition*.

11. Sahabat Dakocan; Fransiskus, Devina, Cindy, Niken, Ronald, Samuel, Vanessa, Riska, Bellamaya, Renata, David. Terima kasih untuk persahabatan serta canda tawa selama perkuliahan.

12. Sahabat PMK 1 UNPAR; Ci fifi, Ci Rika, Ci Nata, Ko Hendro, Ko Hendra, Cindy, Josh, Ka Hanna, Reinhard, Amy, dan seluruh keluarga yang ada. Terima kasih untuk cinta kasih kalian, serta motivasi dan dukungannya.

Tanpa dukungan dari berbagai pihak diatas penulis tidak dapat menyelesaikan semua ini. Penulis berharap penelitian ini dapat berguna bagi banyak pihak juga dapat membantu dalam penyelesaian penelitian selanjutnya. Penulis juga terbuka bagi setiap kritik dan saran yang membangun penulis. Tuhan Yesus Memberkati.

Bandung, 31 Mei 2018

Monica Christiany

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GRAFIK.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
BAB 2	6
KAJIAN PUSTAKA	6
2.1. Bisnis Model Canvas	6
2.1.1. <i>Customer Segments</i>	9
2.1.2. <i>Value Propositions</i>	9
2.1.3. <i>Channels</i>	11
2.1.4. <i>Customer Relationship</i>	11
2.1.5. <i>Revenue Streams</i>	12
2.1.6. <i>Key Resource</i>	15
2.1.7. <i>Key Activities</i>	15
2.1.8. <i>Key Partnership</i>	16
2.1.9. <i>Cost Structure</i>	17
2.2. <i>Five Forces Model</i>	18
2.3. Service Marketing Mix.....	20
2.4. Analisis Swot.....	21
2.5. Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS) dan Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)	23
2.6. Matriks Strategic Factor Analysis Summary (SFAS).....	26
2.7. Teori Ekspansi.....	27

2.7.1. Bentuk – Bentuk Ekspansi	27
BAB 3	29
METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Jenis Peneltian.....	29
3.2. Metode Penelitian.....	29
3.3. Sumber Data.....	30
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5. Teknik Analisis Data	32
BAB 4	34
SUBJEK PENELITIAN.....	34
4.1. Profil Perusahaan.....	34
4.1.1. The Jarrdin Apartment Outlet.....	36
4.1.2. Cabang Terusan Babakan Jeruk.....	38
4.2. Visi Perusahaan	39
4.3. Misi Perusahaan	39
4.4. Logo La Bucato Laundry.....	39
4.5. Segmenting, Targeting, Positioning.....	40
4.6. Product, Place, Price, Promotion	42
BAB 5	47
HASIL DAN PEMBAHASAN	47
5.1. Konsep Bisnis.....	47
5.1.1. Business Model Canvas (BMC).....	47
5.1.2. Analisis Value Proporsition.....	60
5.2. Potensi pertumbuhan dan Strategi Perusahaan	62
5.2.1. Potensi Pertumbuhan Usaha	62
5.2.2. Strategi Perusahaan	71
5.3. Rencana Strategik dan Langkah Ekspansi	74
5.3.1. Rencana Jangka Pendek (<i>Short-Term</i>).....	74
BAB 6	77
KESIMPULAN DAN SARAN	77
6.1. Kesimpulan.....	77
6.2. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80

DAFTAR GRAFIK

Grafik 5.2 Laporan penjualan La Bucato..... 67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 BMC Matrix.....	8
Gambar 2.3 Five Forces Matrix.....	19
Gambar 2.4 SWOT	22
Gambar 4.1 The Jarrdin Apartment Outlet	36
Gambar 4.2 Babakan Jeruk Outlet	38
Gambar 4.3 Logo La Bucato.....	40
Gambar 4.4 Harga La Bucato	44
Gambar 4.5 Promosi La Bucato	45
Gambar 5.1 Value Proposition La Bucato.....	49
Gambar 5.2 Promosi La Bucato	50
Gambar 5.3 Channel	55
Gambar 5.4 Indo Express Laundry.....	66
Gambar 5.5 Shine and Wash Laundry.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 4.5 Tabel Segmenting La Bucato.....	45
Tabel 5.3 Tabel Rencana Jangka Pendek.....	76

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Bandung merupakan salah satu pusat bisnis terbesar di Jawa Barat mulai dari bisnis pariwisata, industri kreatif hingga pendidikan. Terutama yang sangat berpengaruh hingga saat ini adalah bisnis pariwisata. Menurut survey dari CNN Indonesia kota Bandung merupakan destinasi terfavorit wisatawan se-Asean, dengan target wisata yang telah di capai adalah 6 juta kunjungan dalam setahun. Juga Badan Pusat Statistik (BPS) kota Bandung menyebutkan jumlah kunjungan wisatawan pada 2016 mencapai sejumlah 5.000.625 wisatawan lokal dan mancanegara. Hal ini berdampak pada banyaknya jumlah wisatawan yang berlibur dan bermalam di kota Bandung.

Hal tersebut yang mempengaruhi adanya sektor bisnis lain yang berkembang secara pesat, salah satunya di bidang bisnis jasa. Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak (penyedia jasa) ke pihak lain (konsumen) yang secara prinsip *intangibel* (tidak berwujud) dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun (Philip Kotler, 2002:486).

dimiliki konsumen untuk perbaikan atau reparasi, dirawat dan dipelihara oleh penyedia jasa. Barang akan diserahkan pada pemilik (konsumen) jika sudah dalam keadaan baik secara bentuk maupun fungsi sesuai permintaan dan penyedia jasa akan menerima imbalan berupa ongkos kerja. Beberapa contoh dari bisnis jasa yaitu, jasa konsultan, jasa salon, jasa pengobatan tradisional, dan termasuk di dalamnya adalah jasa laundry.

Laundry atau Binatu adalah fasilitas di mana pakaian dicuci dan dikeringkan. Binatu biasa menggunakan mesin cuci otomatis yang disebut sebagai laundromat atau merk dagang umum. Dengan perkembangan model busana dan aneka pernak perniknya, misalnya jenis-jenis pakaian yang memiliki banyak motif yang tidak mudah untuk mencuci sendiri dan berbagai jenis perlengkapan lainnya seperti pelayanan cuci handuk, cuci sepatu, cuci selimut, cuci *bedcover*, cuci boneka, cuci tas dan lain-lain. Dengan perkembangan kain serta modelnya maka pencucian dan perawatannya menjadi sulit, disinilah jasa laundry mulai diperlukan dan saat ini perkembangan usaha laundry semakin maju. Hal ini diperkuat dengan adanya peningkatan jumlah perusahaan penyedia jasa laundry khususnya di kota Bandung. Peningkatan tersebut diakibatkan karena banyaknya perusahaan penyedia jasa laundry yang melakukan ekspansi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ekspansi adalah aktivitas memperbesar / memperluas usaha yang ditandai dengan penciptaan pasar baru, perluasan fasilitas, perekrutan pegawai, dan lain – lain. Ekspansi bertujuan untuk menjaga pangsa pasar dan mencari pangsa pasar baru.

La Bucato Smart Laundry merupakan salah satu contoh perusahaan laundry di kota Bandung. La Bucato Smart Laundry berdiri pada tahun 2015 yang berpusat di The Jarrdin Apartment Lobby Tower C Area Komersil Blok B No 17 Bandung. Dengan berkembangnya unit bisnis laundry, La Bucato Smart Laundry telah melakukan kegiatan ekspansi ke 2 (dua) lokasi yang berbeda. Lokasi pertama beralamat di Jalan Terusan Babakan Jeruk 1 No 7 B Bandung dengan nama La Bucato Smart Laundry. Lokasi kedua beralamat di The Jarrdin Apartment Lobby Tower C area Comersil Blok B No 10 Bandung dengan nama *Nyeseuh*.

Dari data ekspansi perusahaan laundry diatas, La Bucato Smart Laundry mengalami kesulitan untuk membuat, merencanakan dan melakukan strategi ekspansi yang tepat. Maka hal ini mendorong peneliti menganalisa strategi ekspansi yang telah dibuat, direncanakan, dan dilakukan oleh La Bucato Smart Laundry.

Dari uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai “Analisis Strategi Ekspansi La Bucato Smart Laundry”.

1.2. Identifikasi Masalah

1. Bagaimana konsep bisnis La Bucato Smart Laundry dapat memberi solusi terhadap kebutuhan konsumen ?
2. Bagaimana proses pertumbuhan, potensi pertumbuhan usaha dan strategi La Bucato Laundry sehingga mencapai posisi sekarang ini ?
3. Apa rencana strategik La Bucato Smart Laundry untuk lebih berkelanjutan?

4. Apa saja langkah strategik yang dilakukan untuk melakukan ekspansi yang dilakukan La Bucato Smart Laundry ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis konsep bisnis yang di terapkan oleh La Bucato Smart Laundry apakah telah memenuhi kebutuhan konsumen atau belum memenuhi.
2. Untuk mengetahui, menganalisis dan mengevaluasi terkait pertumbuhan usaha dan strategi yang dijalankan hingga mampu mencapai posisi La Bucato Smart Laundry yang sekarang ini.
3. Untuk mengetahui, menganalisis, serta mengembangkan strategi agar La Bucato Smart Laundry dapat bertahan .
4. Untuk merumuskan langkah-langkah strategi untuk ekspansi.

1.4. Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk :

1. Secara Teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat atau dunia pendidikan yang tertarik pada topik strategi kebijakan bisnis khususnya strategi ekspansi

2. Secara Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis bagi beberapa pihak :

a. Bagi perusahaan yang terlibat

Penelitian ini dapat memberikan hasil analisis, ide dan rekomendasi bagi perusahaan untuk terus berinovasi dan termotivasi memperluas pasarnya dan terus melakukan ekspansi.

b. Bagi perusahaan sejenis

Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi perusahaan sejenis untuk mengetahui cara membangun strategi ekspansi dengan tepat.