



**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA USAHA LAUNDRY  
CV. MASTER CLEAN DI JEMBER**  
(Studi Kasus Jalan Kalimantan No. 76 B Jember)

**SKRIPSI**

**Oleh**  
Devita Firdausi R.  
NIM 140210301020

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2018**



**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA USAHA LAUNDRY  
CV. MASTER CLEAN DI JEMBER**

(Studi Kasus Jalan Kalimantan No. 76 B Jember)

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar strata satu (S1)

**SKRIPSI**

Oleh  
Devita Firdausi R.  
NIM 140210301020

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2018**

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada orang – orang yang selama ini mendukung saya, memberi Do'a, semangat, motivasi serta kasih sayang sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini:

1. Kedua orang tuaku tercinta yaitu Ibu Lilik Kusdarwati dan Ayah M. Jazagur Rochman terima kasih atas segala Doa, pengorbanan, kasih sayang yang diberikan;
2. Adikku tersayang Della Putri Rahmawati yang selalu memberikan perhatian, motivasi dan semangat yang diberikan untuk keberhasilan studiku selama ini;
3. Yang kuhormati guruku sejak TK hingga Perguruan Tinggi, terima kasih telah memberikan ilmu yang bermanfaat dengan penuh kesabaran dan keikhlasan;
4. Almamater yang kubanggakan Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember sebagai tempat menimba ilmu.

## MOTTO

*“Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, maka (jawablah), bahwasanya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdo’a apabila ia memohon kepada-Ku, maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah)Ku dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka selalu berusaha berada dalam kebenaran”.*

*(QS. Al Baqarah: 186)\**

*“Aku mengamati semua sahabat, dan tidak menemukan sahabat yang lebih baik daripada menjaga lidah. Saya memikirkan semua pakaian, tetapi tidak menemukan pakaian yang lebih baik daripada takwa. Aku merenungkan tentang segala jenis amal baik, namun tidak mendapatkan yang lebih baik daripada memberi nasihat baik. Aku mencari segala bentuk rezki, tapi tidak menemukan rezki yang lebih baik daripada sabar”.*

*(Khalifah ‘Umar)\*\**

*Tidak ada keberhasilan tanpa Kerja Keras, Keuletan, Kegigihan, dan Kedisiplinan. Hal itu juga harus dibarengi dengan sikap Pantang Menyerah dan Tidak Cepat Putus Asa”.*

*(Chairul Tanjung\*\*\*)*

**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DEVITA FIRDAUSI ROCHJATULWATI

NIM : 140210301020

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul “Strategi Bauran Pemasaran Pada Usaha Laundry CV. Master Clean di Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 11 September 2018  
Yang menyatakan,

Devita Firdausi R  
NIM 140210301020

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA USAHA LAUNDRY CV.  
MASTER CLEAN DI JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh:

Nama : Devita Firdausi R  
NIM : 140210301020  
Angkatan Tahun : 2014  
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 11 Agustus 1996  
Jurusan/Program : P.IPS/P.Ekonomi

Disetujui oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Joko Widodo, M.M  
NIP. 19600217 198603 1 003

Dra.Sri Wahyuni, M.Si  
NIP. 19570528 198403 2 002

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul “Strategi Bauran Pemasaran Pada Usaha Laundry CV. Master Clean di Jember” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada :

Hari, Tanggal : Selasa, 11 September 2018

Tempat : Gedung 1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Drs. Joko Widodo, M.M  
NIP. 19600217 198603 1 003

Dra.Sri Wahyuni, M.Si  
NIP. 19570528 198403 2 002

Anggota I,

Anggota II,

Dr. Sri Kantun, M.Ed  
NIP. 19581007 198602 2 001

Wiwin Hartanto, S.Pd, M.Pd  
NIP. 19870924 201504 1 001

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

Prof. Drs. Dafik, M.Sc, Ph.D  
NIP.19680802 199303 1 004

## RINGKASAN

Strategi Bauran Pemasaran Pada Usaha Laundry CV. Master Clean di Jember; Devita Firdausi R; 140210301020; 2018; 68 Halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Salah satu usaha kecil di sektor jasa adalah Bisnis Laundry. Pertumbuhan bisnis laundry di Indonesia saat ini menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Tidak hanya di kota-kota besar saja, di pelosok daerah pun kini bisnis laundry tersebut mulai menjamur dengan berbagai tawaran fasilitas dan pelayanan. CV. Master Clean yang bertempat di (Jalan Kalimantan No 76B) menggunakan beberapa strategi dalam pemasaran jasa usahanya. Dalam aspek manajemen dan sumber daya manusia memiliki rencana persiapan seperti toko dan publikasi, pemilihan SDM dan pengelola laundry serta evaluasi kinerja pelayanan. Selain itu persaingan antar jasa laundry juga kuat, dan setiap usaha jasa laundry kini berlomba-lomba untuk meningkatkan pendapatan dari pelayanan jasa yang dimiliki. Oleh karena itu penentuan strategi perusahaan dalam pemasaran akan mempengaruhi berhasil tidaknya tujuan akhir dari perusahaan. Jika dalam penentuan strategi pemasarannya kurang tepat dapat berakibat kurang maksimalnya pendapatan yang diperoleh atau bahkan dapat mengalami kerugian, namun jika strategi yang digunakan tepat maka perusahaan akan memperoleh keuntungan yang maksimal.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi bauran pemasaran yang dilakukan pada usaha laundry CV. Master Clean di Jember Jalan Kalimantan No 76B. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tempat penelitian ditentukan dengan menggunakan metode *purposive area* yang dilaksanakan di CV. Master Clean Jalan Kalimantan No. 76B Jember. Analisis data dalam penelitian ini terdiri dari reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa CV. Master Clean Jalan Kalimantan No. 76B Jember menerapkan strategi bauran pemasaran. Adapun strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh CV. Master Clean Jalan Kalimantan No.76B Jember adalah strategi produk, strategi tempat, strategi harga, strategi promosi, strategi Sumber Daya Manusia, strategi proses, strategi sarana fisik.

Strategi produk dalam CV. Master Clean yaitu menjual produknya berupa jasa yang sudah termasuk satu paket yaitu cuci kering setrika beserta pewanginya. Strategi tempat yaitu pemilihan tempat usaha yang berada di lokasi yang strategis, aman, dan nyaman bagi konsumen, strategi harga merupakan penetapan harga dengan mempertimbangkan pelayanan jasa yang diterapkan CV. Master Clean, strategi promosi dilakukan dengan melalui internet, brosur, banner dan juga pamflet yang bertujuan menarik keminatan konsumen untuk membeli jasanya, strategi sumber daya manusia yang diterapkan CV. Master Clean kepada para karyawan – karyawannya agar dapat melayani dan bertanggung jawab penuh atas tugas yang diterimanya, strategi proses yang berhubungan dengan aktifitas – aktifitas kegiatan perusahaan untuk melayani konsumen dengan efektif, strategi sarana fisik sangat penting untuk membuat konsumen merasa nyaman dan puas karena tempat tersebut memiliki suasana yang kondusif.

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. Atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Bauran Pemasaran Pada Usaha Laundry CV. Master Clean di Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S-1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT. Dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang memberikan kemudahan dan kelancaran bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta, Ibu Lilik Kusdarwati dan Ayah M. Jazagur Rochman, serta adik tercinta Della Putri Rahmawati yang selama ini telah membantu peneliti dalam bentuk perhatian, kasih sayang, semangat, serta doa yang tiada henti demi kelancaran dan kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Prof. Drs. Dafik, M.sc., Ph.D., selaku dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu pendidikan Universitas Jember.
4. Prof. Dr. Suratno, M.Si. selaku Wakil Dekan I, Prof. Dr. Joko Waluyo M.Si. selaku Wakil Dekan II, dan Dr. Sukidin, M.Pd. selaku Wakil Dekan III.
5. Dr. Sumardi. M.Hum, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.
6. Dra. Sri Wahyuni. M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.
7. Drs. Joko Widodo, M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Dra. Sri Wahyuni. M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan

waktu dan memberikan pengarahan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini.

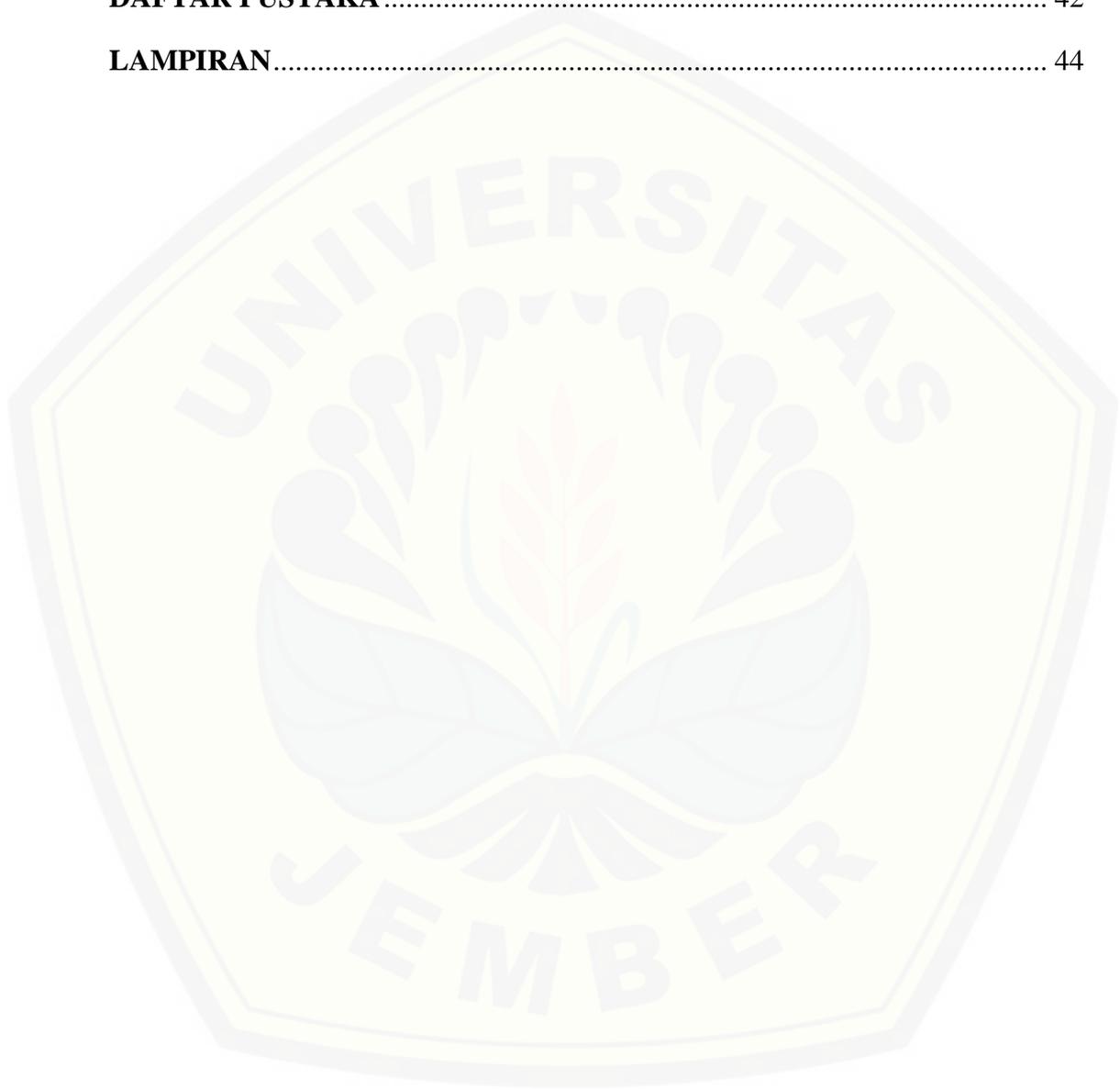
8. Dr. Sri Kantun, M.Ed selaku Dosen Penguji I dan Wiwin Hartanto. S.Pd, M.Pd selaku Dosen penguji II yang telah memberikan saran pada skripsi ini.
9. Seluruh Dosen dan pegawai serta karyawan Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember, terimakasih atas segala bantuan dan fasilitas yang diberikan.
10. Manajer dan seluruh karyawan CV. Master Clean Jember yang telah bersedia membantu dan memberikan informasi demi kelancaran skripsi ini.
11. Sahabat selama kurang lebih 10 Tahun, Della Alifian Utami, terimakasih telah memberikan semangat, motivasi, hiburan, dan selalu mewarnai hari – hari saya, saat senang maupun duka, teman cerita yang paling bisa mengerti, terimakasih untuk semua yang telah diberikan.
12. Sahabat – sahabatku Arinta, Dimas, Annisa, Ria, Insari, Wira, Fawaid, Windy, Enok, Ervina, yang telah bersedia menemani, membantu, dan memberikan semangat di masa – masa kuliah saya.
13. Sahabat – sahabat kost saya Eris, Cahaya, Erlina yang telah memberikan perhatian, motivasi, dan hiburan kepada saya.
14. Paguyuban Jong- Madura dan seluruh teman – teman Madura saya yang senantiasa ada disaat suka maupun duka dan terimakasih atas kebersamaan yang tak terlupakan.
15. Teman-teman Pendidikan Ekonomi angkatan 2014, terimakasih atas kebersamaan yang kalian berikan.
16. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih untuk kalian semua.

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	vi
<b>RINGKASAN</b> .....	vii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.1 Rumusan Masalah .....	5
1.2 Tujuan Penelitian.....	5
1.3 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Pengertian dan Karakteristik Jasa.....	8
2.2.1. Pengertian Jasa.....	8
2.2.2. Karakteristik Jasa .....	8

2.3	Landasan Teori Usaha Laundry .....	10
2.4.	Teori Bauran Pemasaran Jasa.....	12
2.5.	Kerangka Berpikir .....	16
<b>BAB 3.</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>18</b>
3.1	Rancangan Penelitian .....	18
3.2	Tempat Penelitian.....	18
3.3	Subjek dan Informan Penelitian .....	19
3.4	Definisi Operasional Konsep.....	19
3.4.1	Strategi Produk.....	20
3.4.2	Strategi Tempat .....	20
3.4.3	Strategi Harga.....	20
3.4.4	Strategi Promosi .....	21
3.4.5	Strategi Sumber Daya Manusia (SDM) .....	21
3.4.6	Strategi Proses .....	21
3.4.7	Strategi Sarana Fisik ( <i>Physcal Evidence</i> ) .....	21
3.5	Data Dan sumber Data .....	22
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	22
3.6.1	Metode Wawancara.....	22
3.6.2	Metode Observasi.....	23
3.6.3	Metode Dokumentasi .....	23
3.6.4	Metode Analisis Data .....	23
<b>BAB 4.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>25</b>
4.1.	Gambaran Umum.....	25
4.2.	Hasil Penelitian .....	29
4.3.	Pembahasan .....	34

<b>BAB 5. PENUTUP</b> .....	40
5.1 Kesimpulan.....	40
5.2 Saran.....	41
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	42
<b>LAMPIRAN</b> .....	44



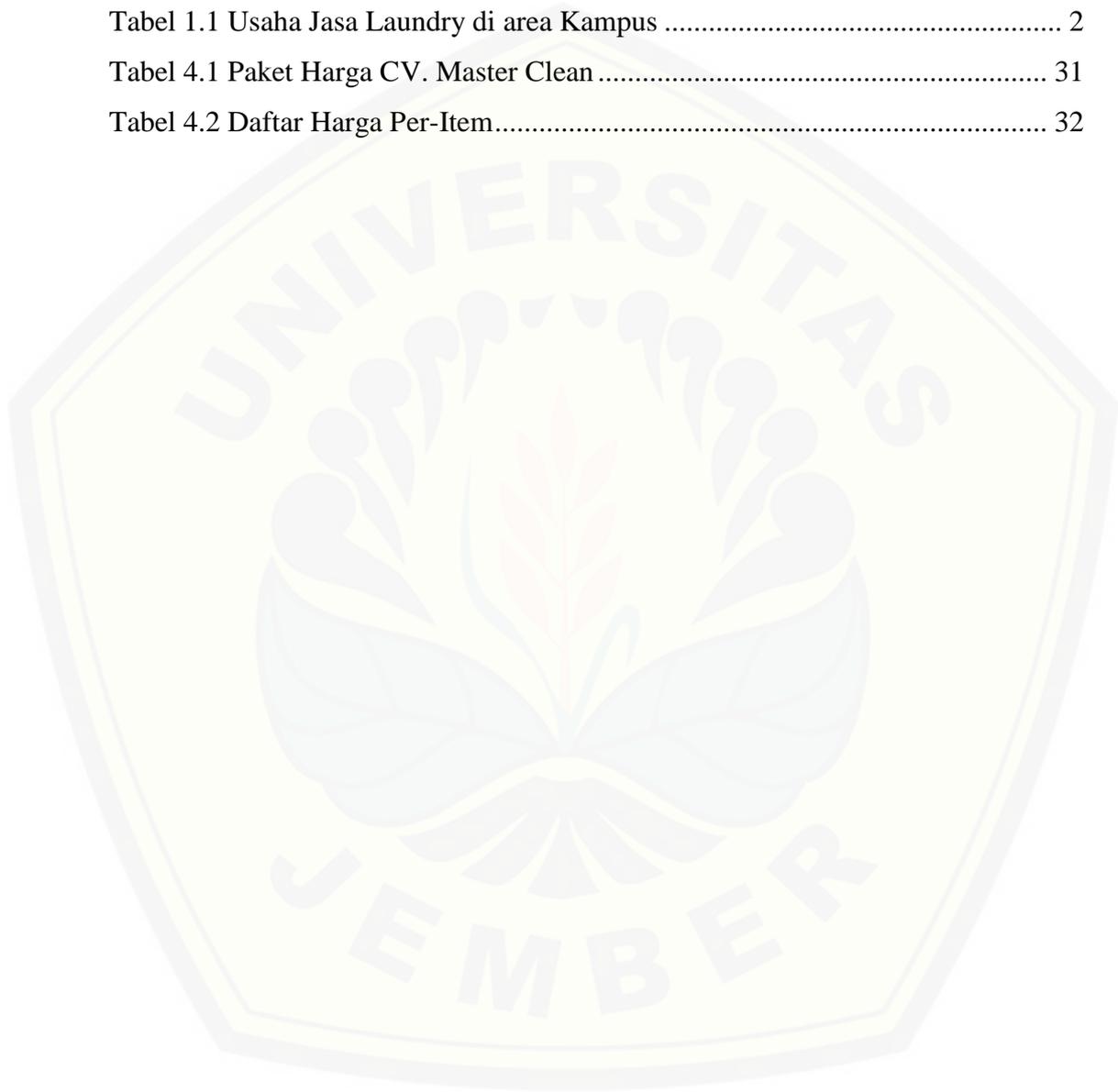
**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian ..... 17



**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Usaha Jasa Laundry di area Kampus .....	2
Tabel 4.1 Paket Harga CV. Master Clean .....	31
Tabel 4.2 Daftar Harga Per-Item.....	32



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Matriks Penelitian.....	45
Lampiran 2 Pedoman Penelitian .....	46
Lampiran 3 Pedoman Wawancara .....	47
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Subjek Penelitian .....	52
Lampiran 5 Surat Permohonan Ijin Penelitian.....	62
Lampiran 6 Lembar Konsultasi.....	63
Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian.....	65
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	68

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Usaha kecil dalam perekonomian suatu negara memiliki peran yang sangat penting. Bukan saja di Indonesia, tetapi realita di zaman sekarang menunjukkan bahwa posisi usaha kecil dan menengah (UKM) mempunyai peranan yang baik juga untuk negara lain. Indikasi menunjukkan peranan usaha kecil dan menengah itu dapat dilihat dari kontribusinya terhadap produk domestik bruto, Ekspor nonmigas, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia yang cukup berarti (Irfan, 2000:36). Dalam perekonomian Indonesia usaha kecil sangatlah memegang peranan penting bila kita kaitkan dengan jumlah tenaga kerja yang mampu diserap oleh usaha kecil.

Berdasarkan UU No. 9/1995 tentang usaha kecil yang dimaksud dengan usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan seperti kepemilikan sebagaimana di atur dalam undang-undang ini. Usaha kecil yang dimaksud disini meliputi juga usaha kecil informal dan kecil tradisional.

Salah satu usaha kecil di sektor jasa adalah Bisnis Laundry. Pertumbuhan bisnis laundry di Indonesia saat ini menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Tidak hanya di kota-kota besar saja, di pelosok daerah pun kini bisnis laundry tersebut mulai berkembang dengan berbagai tawaran fasilitas dan pelayanan.

Adanya kecenderungan gaya hidup yang praktis dan menyerahkan urusan cucian ke jasa laundry. Selain karena perubahan gaya hidup juga karena tuntutan kesibukan yang memakan waktu dan tenaga karyawan, mahasiswa dan bahkan ibu rumah tangga yang tidak memiliki waktu untuk mencuci pakaian dan energi mereka sudah digunakan untuk aktifitas mereka yang padat sehingga lebih memilih menyerahkan pada jasa laundry.

Berkembangnya bisnis laundry adalah salah satu bisnis di bidang jasa yang saat ini sedang marak di kalangan masyarakat. Perusahaan laundry merupakan perusahaan yang menjanjikan dan menguntungkan bagi perusahaan laundry

tersebut. Perusahaan laundry ini juga memiliki strategi tersendiri agar konsumen merasa tidak dirugikan dan dapat membuat konsumen lebih memilih mencuci pakaiannya di tempat laundry tersebut dan juga konsumen lebih memilih menggunakan jasa laundry karena dapat meringankan beban dari mereka yang tak mengenal waktu untuk mencuci ataupun menyetrika baju kerja maupun baju sehari-hari mereka. Dalam bisnis jasa laundry kian menjadi alternatif bagi para konsumen jasa laundry yang memiliki jadwal padat. Sehingga para konsumen memiliki sedikit waktu untuk mengurus kebutuhan pokok maupun kebutuhan yang lain.

Dalam hal ini di setiap perusahaan jasa laundry memiliki strategi tersendiri dalam meningkatkan pendapatan perusahaan dan kuantitas pelanggan, strategi yang dimiliki perusahaan laundry ini memiliki perbedaan dengan perusahaan laundry yang lain, yaitu dengan menggunakan setrika uap sehingga baju yang disetrika lebih rapi dan halus, disisi lain perusahaan laundry ini membebaskan konsumen memilih aroma parfum yang mereka inginkan.

Berikut ini data usaha jasa laundry baju yang berada di Kota Jember area Kampus.

Tabel 1.1 Usaha Jasa Laundry di area Kampus

NO	Jalan	Jumlah Usaha Jasa Laundry
1	Kalimantan	14
2	Jawa	16
3	Sumatera	8
4	Mastrip	12
5	Danau Toba	6
6	Riau	8
7	Halmahera	4
8	Nias	5
9	Bangka Belitung	7
10	Karimata	8

Sumber : Data Observasi Lapangan. 2018

Berdasarkan tabel di atas bisa dilihat dari jumlah jasa usaha laundry di wilayah sekitar kampus yang jumlahnya lumayan banyak karena memang menyesuaikan dengan jumlah pengguna jasa usaha laundry (*Customer*) baik dari kalangan ibu rumah tangga maupun kalangan mahasiswa. Jumlah usaha laundry tersebut secara tidak langsung menggambarkan usaha tersebut menguntungkan di

wilayah sekitar kampus yang menjadi pilihan akhir bagi pelanggan yang belum sempat untuk melakukan cuci bersih dan setrika pakaian sehari-hari. Sehingga dengan adanya jasa usaha laundry ini memberikan manfaat yang cukup besar bagi pelanggan. Tentunya setiap jasa usaha itu akan selalu berhubungan dengan strategi yang digunakan untuk mendatangkan pelanggan agar memakai jasa usaha mereka, salah satunya adalah dengan menggunakan bauran pemasaran.

Seperti diketahui, strategi bauran pemasaran adalah suatu himpunan asas yang secara tepat, konsisten dan layak dilaksanakan oleh perusahaan guna mencapai sasaran pasar yang dituju dalam jangka panjang dan tujuan perusahaan jangka panjang, dalam situasi persaingan tertentu. Dalam strategi pemasaran ini, terdapat Strategi Acuan/Bauran Pemasaran yang menempatkan komposisi terbaik dari keempat komponen atau variabel pemasaran, untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju, dan sekaligus mencapai tujuan dan sasaran perusahaan.

Bauran pemasaran atau marketing mix adalah kumpulan dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh suatu badan usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel mana yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. Jadi, bauran pemasaran terdiri dari himpunan variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya.

Bauran pemasaran terdapat tujuh komponen, yaitu : (1). Produk, (2) Harga, (3) Tempat, (4). Promosi, (5) SDM, (6) Proses, dan (7) Sarana Fisik . Ketujuh komponen tersebut saling mempengaruhi, sehingga semuanya penting sebagai satu kesatuan strategi, yaitu Strategi Acuan/Bauran. Sedangkan strategi bauran pemasaran ini merupakan bagian dari strategi pemasaran, dan berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan unsur-unsur atau variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan pimpinan perusahaan, untuk mencapai tujuan perusahaan dalam bidang pemasaran.

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan dengan Manager Cabang CV. Master Clean Jember dapat dikatakan CV. Master Clean yang bertempat di Jl.

Kalimantan No 76B menggunakan beberapa strategi dalam pemasaran jasa usahanya. Dalam aspek manajemen dan sumber daya manusia memiliki rencana persiapan seperti toko dan publikasi, pemilihan SDM dan pengelola laundry serta evaluasi kinerja pelayanan. Selain itu persaingan antar jasa laundry juga kuat, dan setiap usaha jasa laundry kini berlomba-lomba untuk meningkatkan pendapatan dari pelayanan jasa yang dimiliki. Oleh karena itu penentuan strategi perusahaan dalam pemasaran akan mempengaruhi berhasil tidaknya tujuan akhir dari perusahaan. Jika dalam penentuan strategi pemasarannya kurang tepat dapat berakibat kurang maksimalnya pendapatan yang diperoleh atau bahkan dapat mengalami kerugian, namun jika strategi yang digunakan tepat maka perusahaan akan memperoleh keuntungan yang maksimal. Adapun pelanggan CV. Master Clean setiap harinya berkisar rata – rata sekitar 50-100 orang. Rata-rata pendapatan sehari sekitar Rp. 800.000- Rp.1.200.000.

Bauran pemasaran yang dilakukan oleh CV. Master Clean inilah yang menjadikan ketertarikan bagi penulis untuk diteliti lebih mendalam. Dalam hal ini peneliti mengambil salah satu dari usaha dalam bidang jasa di CV. Master Clean yang bertempat di kota Jember untuk dijadikan sebagai objek kajian dalam penelitian yang dilakukan. Ketertarikan penulis melakukan penelitian di Master Clean karena beberapa alasan mendasar, yaitu terkait dengan bauran pemasaran jasa yang digunakan disana sehingga tetap menjaga kepercayaan pelanggan untuk tetap menggunakan Master Clean sebagai jasa usaha laundry pakaian customer, yang kedua ketertarikan penulis melihat realita banyaknya pelanggan yang dilayani di Master Clean dalam setiap harinya rata-rata sekitar 40 customer dari berbagai kalangan, termasuk di dalamnya kalangan Mahasiswa yang paling dominan menjadi pelanggan dari Master Clean. Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk memilih judul skripsi tentang : **"STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA USAHA LAUNDRY CV. MASTER CLEAN DI JEMBER"** (Studi Kasus Jasa Usaha Laundry CV. Master Clean di Jalan Kalimantan 76B Jember).

### **1.1 Rumusan Masalah**

Sebagaimana latar belakang yang telah penulis paparkan di atas, maka dapat dirumuskan bagaimanakah strategi bauran pemasaran pada usaha laundry CV. Master Clean di Jember ?

### **1.2 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi bauran pemasaran pada usaha laundry CV. Master Clean di Jember.

### **1.3 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

penelitian ini diharapkan menjadi pengalaman yang berharga dan sangat membantu dalam mengembangkan dan memperdalam ilmu pengetahuan yang diperoleh secara teoritis di bangku kuliah, terutama tentang ilmu ekonomi.

2. Bagi tempat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran mengenai bauran pemasaran pada jasa usaha Laundry di CV. Master Clean di Jember.

3. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi rujukan untuk penelitian yang sejenis.

4. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi tambahan rujukan dan merupakan salah satu wujud dari Tri Dharma Perguruan Tinggi.

## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab tinjauan pustaka ini, penulis akan menggambarkan dan menjelaskan mengenai landasan teori yang berkaitan dengan judul penelitian. Adapun konsepsi tinjauan pustaka dalam penelitian ini meliputi: (1) tinjauan penelitian terdahulu, (2) teori bauran pemasaran, (3) landasan teori kemitraan usaha, (4) landasan teori usaha laundry, dan (5) kerangka berfikir.

### 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan pencarian studi pustaka yang telah dilakukan, peneliti mengutip penelitian yang sejenis kemudian menjadikan acuan. Penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu Mohammad Faisal Fahmi (2016) yang berjudul “Studi Deskriptif Bauran Pemasaran *The Clean Bar Laundry* di Kota Surakarta”, pada penelitian ini memfokuskan dalam hal strategi bauran pemasaran *The Clean Bar Laundry* dalam mempromosikan jasanya. Penelitian ini menggunakan konsep Bauran Promosi (*Promotional Mix*). Konsep ini direncanakan untuk mencapai tujuan program serta meningkatkan penjualan dengan menggunakan sistem promosi secara persuasive. Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran yang dimaksud adalah aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi. Mempengaruhi, membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan.

Strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh *The Clean Bar Laundry* dalam meningkatkan penjualan jasa laundry dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan kegiatan promosi, *The Clean Bar Laundry* melakukan lima jenis bauran promosi, yakni *Advertising*, *Personal Selling*, *Sales Promotion*, *Direct Selling*, dan *Public Relation*.

Penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh Tenesia Putri Cendani (2016) yang berjudul “Pengaruh Marketing MIX 7P Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Jasa Laundry Sepatu; Studi Pada Glow Shoes Care”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran jasa yaitu produk, harga, lokasi, promosi, partisipan, bukti fisik dan proses terhadap keputusan pembelian layanan jasa laundry sepatu (studi kasus pada Glow Shoes Care Semarang). Populasi dalam penelitian adalah konsumen Glow Shoes Care. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling pada 100 responden dengan menggunakan kuesioner. Kriteria sampel yaitu konsumen yang pernah menggunakan layanan jasa laundry sepatu di Glow Shoes Care pada rentang usia 17 sampai 25 tahun. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, partisipan, bukti fisik dan proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian layanan jasa laundry sepatu secara parsial dan simultan.

Adapun persamaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu sama-sama meneliti tentang bauran pemasaran jasa laundry. Sedangkan perbedaannya terdapat pada jenis penelitian yang digunakan dan strategi pemasarannya, yaitu pada penelitian terdahulu Mohammad Faisal Fahmi (2016) yang berjudul “Studi Deskriptif Bauran Pemasaran *The Clean Bar Laundry* dalam penelitian ini strategi bauran pemasaran digunakan untuk mencapai tujuan program serta meningkatkan penjualan dengan menggunakan sistem promosi secara persuasive dan Tenesia Putri Cendani (2016) yang berjudul “Pengaruh Marketing MIX 7P Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Jasa Laundry Sepatu; Studi Pada Glow Shoes Care”, dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran jasa yaitu produk, harga, lokasi, promosi, partisipan, bukti fisik dan proses terhadap keputusan pembelian layanan jasa laundry sepatu (studi kasus pada Glow Shoes Care Semarang). Sedangkan pada penelitian sekarang Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Usaha Laundry CV. Master Clean di Jember menggunakan bauran pemasaran, fokus penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk melihat strategi bauran pemasaran yang

## BAB 5. PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

CV. Master Clean merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang berbadan hukum dan perusahaan jasa yang memiliki strategi tersendiri untuk menjual jasanya kepada konsumen. CV. Master Clean Jalan Kalimantan No.76B menerapkan strategi bauran pemasaran yang meliputi strategi produk, strategi tempat, strategi harga, strategi promosi, strategi sumber daya manusia, strategi proses, serta strategi sarana fisik.

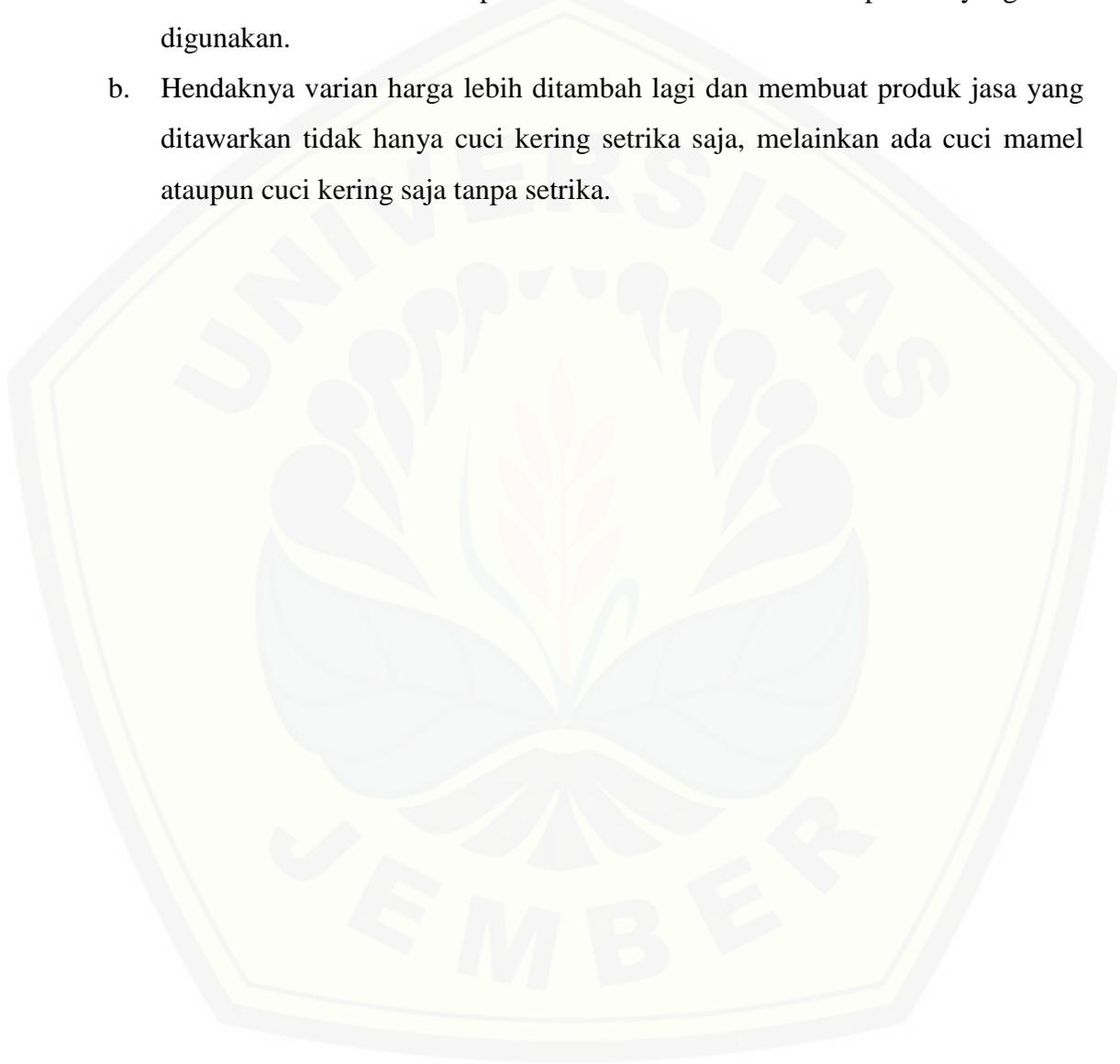
Strategi produk dalam CV. Master Clean yaitu menjual produknya berupa jasa yang sudah termasuk satu paket yaitu cuci kering setrika harum. Strategi tempat yaitu pemilihan tempat usaha yang berada di lokasi yang strategis, aman, dan nyaman bagi konsumen, strategi harga yang diterapkan CV. Master Clean terkesan mahal karena merupakan harga paketan langsung cuci kering strika harum, strategi promosi dilakukan dengan melalui internet, brosur, banner dan juga pamflet yang bertujuan menarik perhatian konsumen untuk membeli jasanya, strategi sumber daya manusia yang diterapkan CV. Master Clean kepada para karyawan – karyawannya agar dapat melayani dan bertanggung jawab penuh atas tugas yang diterimanya, strategi proses yang berhubungan dengan aktifitas – aktifitas kegiatan perusahaan untuk melayani konsumen dengan efektif, strategi sarana fisik sangat penting untuk membuat konsumen merasa nyaman dan puas karena tempat tersebut memiliki suasana yang kondusif.

Strategi bauran pemasaran yang dilakukan memiliki hubungan timbal balik yang dirasakan suatu usaha, hal ini terbukti dengan meningkatnya omset penjualan dan banyaknya pelanggan yang begitu percaya dengan jasa yang ditawarkan oleh CV. Master Clean Jalan Kalimantan No.76B Jember. Kepuasan konsumen menjadi tolak ukur yang utama yang menunjukkan keunggulan CV. Master Clean yang menjual jasa dengan perusahaan penjual jasa lainnya yang sejenis.

## 5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian ini, saran yang dapat digunakan oleh CV. Master Clean Jalan Kalimantan N0.76B Jember adalah sebagai berikut:

- a. Inovasi produk jasa ditambahkan dengan menyediakan varian parfum dan memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih parfum yang akan digunakan.
- b. Hendaknya varian harga lebih ditambah lagi dan membuat produk jasa yang ditawarkan tidak hanya cuci kering setrika saja, melainkan ada cuci mamel ataupun cuci kering saja tanpa setrika.



**DAFTAR PUSTAKA****Buku**

- Alma. Buchari, 2010. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Angipora. Marius P, 2012. *Dasar – Dasar Pemasaran*, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Daryanto, 2013. *Pengantar Kewirausahaan*. Jakarta: Pretasi Pustaka.
- Hasan. M. Iqbal, 2012. *Pokok – pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Indriantoro. Nur, 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Irfan, 2000. *Usaha Kecil dan Ekonomi Indonesia*. Bandung: Bumi Putera Press.
- Kasmir. 2011. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler. Philip, 2010. *Manajemen Pemasaran*, Edisi IX, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi. Rambat, 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi I, Penerbit Salemba empat, Jakarta.
- Payne. Andrian, 2010. *Pemasaran Jasa*, Edisi I, Cetakan I, Pearson Education Asia Pte. Ltd dan ANDI, Yogyakarta.

Sugiono, 2014. *Metedologi Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Swastha dan Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Press.

Tjiptono, Fandy, 2010. *Menejemen jasa*, Penerbit Andi, Yoyakarta.

Umar, Husein, 2013. *Metode Riset*, Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Widayat, dan Amirullah, 2012. *Riset Bisnis*, Penerbit Graha Ilmu, Jakarta.

Yazid, 2010. *Pemasaran Jasa : Konsep dan Implementasi*, Edisi Kedua, Penerbit Ekonisia Fakultas Ekonomi, UII, Yogyakarta.

### **Skripsi**

Cendani, Tenesia Putri. 2016. *Pengaruh Marketing MIX 7P terhadap Keputusan Pembelian Layanan Jasa Laundry Sepatu; Studi Pada Glow Shoes Care*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Semarang. Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS).

Fahmi, Mohammad Faisal. 2016. *Studi Deskriptip Bauran Pemasaran The Clean Bar Laundry di Kota Surakarta*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Surakarta. Universitas Sebelas Maret.



**LAMPIRAN**

## Lampiran 1

Matriks Penelitian

Judul	Permasalahan	Konsep	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian
Strategi Bauran Pemasaran Pada Usaha Laundry CV. Master Clean Jember	Bagaimanakah strategi bauran pemasaran usaha laundry CV. Master Clean Jember?	Strategi Bauran Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Strategi tempat</li> <li>b. Strategi harga</li> <li>c. Strategi promosi</li> <li>d. Strategi produk</li> <li>e. Strategi SDM</li> <li>f. Strategi proses</li> <li>g. Strategi Physical Evidence (CS)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dan observasi awal dari subjek penelitian</li> <li>b. Data sekunder yaitu data yang dapat melengkapi hasil penelitian yang diperoleh dari jasa usaha laundry baju pada CV. Master Clean jalan Kalimantan No. 76B</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Metode penelitian : penelitian deskriptif kualitatif</li> <li>b. Tempat penelitian : dilaksanakan di CV. Master Clean jalan Kalimantan No. 76B dengan menggunakan <i>Purposive Area</i></li> <li>c. Sumber data : Data Primer dan data sekunder</li> <li>d. Pengumpulan data : wawancara mendalam, observasi dan dokumen</li> <li>e. Analisis data : reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.</li> </ul>

Lampiran 2

**PEDOMAN PENELITIAN**

**1. Observasi**

No	Data yang diraih	Sumber Data
1	Strategi bauran pemasaran usaha laundry yang dijalankan oleh CV. Master Clean di Jalan Kalimantan No 76B Kota Jember	Informan penelitian yaitu Manager Cabang dan Karyawan dan Customer CV. Master Clean di Jalan Kalimantan No 76B Kota Jember

**2. Wawancara Mendalam**

No	Data yang diraih	Sumber Data
1	Strategi bauran pemasaran usaha laundry yang dijalankan oleh CV. Master Clean di Jalan Kalimantan No 76B Kota Jember	Subjek penelitian yaitu Manager Cabang CV. Master Clean di Jalan Kalimantan No 76B Kota Jember

**3. Dokumentasi**

No	Data yang diraih	Sumber Data
1	<p>a. Sejarah berdirinya CV. Master Clean di Jalan Kalimantan No. 76B Kota Jember.</p> <p>b. Data mengenai jenis produk pewangi dan parfum yang digunakan CV. Master Clean di Jalan Kalimantan No 76B Kota Jember</p> <p>c. Strategi bauran pemasaran yang dilakukan CV. Master Clean di Jalan Kalimantan No 76B Kota Jember</p>	Data dari jasa usaha CV. Master Clean di Jalan Kalimantan No 76B Kota Jember

## Lampiran 3

**PEDOMAN WAWANCARA**

Pedoman wawancara secara mendalam (*in-depth interview*) untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh jasa usaha laundry CV. Master Clean Jalan Kalimantan No 76B Kota Jember

## Pedoman wawancara subjek penelitian

## 1. Identitas informan penelitian

Nama : \_\_\_\_\_

Umur : \_\_\_\_\_

Jabatan : \_\_\_\_\_

Alamat : \_\_\_\_\_

## 2. Strategi bauran pemasaran pada usaha laundry CV. Master Clean Jalan Kalimantan No.76B Jember

## A. Sejarah usaha jasa laundry baju CV. Master Clean Jalan Kalimantan No 76B Kota Jember.

1. Sejak kapan awal CV. Master Clean di Kota Jember?
2. Bagaimana awal mula berdirinya CV. Master Clean di Kota Jember?
3. Apakah kendala yang dihadapi CV. Master Clean ketika awal-awal membuka usaha jasa laundru baju di Kota Jember?
4. Apakah kelebihan yang dimiliki CV. Master Clean yang tidak dimiliki jasa laundry lainnya di Kota Jember?

## B. Pemasaran

1. Bagaimana caranya CV. Master Clean memasarkan usaha jasa laundry baju kepada khalayak umum di Kota Jember? Khususnya Mahasiswa yang menjasi pangsa pasar utama di wilayah kampus?
2. Bagaimana bentuk pelayanan CV. Master Clean dalam memasarkan jasa usaha laundry di Kota Jember
3. Kendala apa saja yang dihadapi oleh CV. Master Clean dalam memasarkan jasa usaha laundry baju kepada masyarakat di Kota Jember ? Khususnya kalangan Mahasiswa wilayah Kampus ?
4. Strategi pemasaran apa saja yang digunakan CV. Master Clean untuk kemajuan bisnis usaha jasa laundry baju ini ?

## C. Strategi Produk, Harga, Tempat, Promosi, SDM, Proses, dan Sarana Fisik

### 1. Strategi Produk

- a. Apakah CV. Master Clean juga menawarkan produk? Jika iya, produk berupa apa saja yang ditawarkan?

### 2. Strategi Harga

- a. Berapa kisaran harga untuk masing-masing laundry baju kiloan ? termasuk di dalamnya cuci kering, setrika, parfum, dan delivery order?
- b. Apakah harga yang sudah ditetapkan saat ini bisa mendapat laba sesuai target?
- c. Apakah penetapan harga sudah disesuaikan dengan kualitas hasil yang diselesaikan dalam setiap pemesanannya ?

### 3. Strategi Tempat.

- a. Mengapa memilih di Jalan Kalimantan No 76B Kota Jember ?
- b. Apakah ada pertimbangan khusus dalam menetapkan lokasi pemasaran ?
- c. Apakah customer merasa nyaman selama melakukan transaksi pengerjaan jasa laundry dan pengambilan hasil di tempat ini .

#### 4. Strategi Promosi

- a. Bagaimana cara promosi yang dilakukan CV. Master Clean dalam memasarkan jasa usaha laundry baju ?
- b. Apakah promosi CV. Master Clean sudah merupakan cara yang tepat untuk menarik customer ?
- c. Bagaimana tanggapan customer tentang promosi yang dilakukan CV. Master Clean ?

#### 5. Strategi Sumber Daya Manusia

- a. Apa motivasi karyawan CV. Master Clean dalam menjalankan tugasnya sebagai pekerja?
- b. Apa saja pelatihan – pelatihan yang dilakukan karyawan saat pertama melamar kerja di CV. Master Clean?
- c. Mengapa karyawan CV. Master Clean harus di latih dan diseleksi saat bekerja di CV. Master Clean?

#### 6. Strategi Proses

- a. Dari jam berapa sampai jam berapa CV. Master Clean melayani konsumen yang akan mencuci dan mengambil cucian mereka?
- b. Berapa lama minimal dan maksimal CV. Master Clean dapat menyelesaikan pencucian baju konsumen?
- c. Apa saja kendala yang dialami CV. Master Clean saat ada konsumen yang komplain dengan cuciannya?

#### 7. Strategi Sarana Fisik

- a. Apa saja fasilitas yang digunakan CV. Master Clean dalam menjalankan usahanya?
- b. Apakah fasilitas yang digunakan CV. Master Clean cukup membuat pelanggan merasa puas dengan hasil yang didapat?
- c. Apa tanggung jawab CV. Master Clean jika ada pakaian yang hilang milik konsumen?

## PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara secara mendalam (*in-depth interview*) untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh jasa usaha laundry CV. Master Clean Jalan Kalimantan No 76B Kota Jember

Pedoman wawancara informan penelitian

### 1. Identitas informan penelitian

Nama : \_\_\_\_\_  
Umur : \_\_\_\_\_  
Jabatan : \_\_\_\_\_  
Alamat : \_\_\_\_\_

Wawancara dengan karyawan CV. Master Clean Jalan Kalimantan No 76B  
Kota Jember.

- 1) Apa saja persyaratan yang harus anda penuhi untuk menjadi karyawan CV. Master Clean Jalan Kalimantan No 76B ?
- 2) Berapa jumlah karyawan CV. Master Clean di Kota Jember ?
- 3) Apakah ada pelatihan khusus yang diberikan sebelum anda terjun untuk melayani customer secara langsung ?
- 4) Jika ada pelatihan, berapa lama pelatihan tersebut ?
- 5) Apakah setelah pelatihan, ada masa uji coba atau training ?
- 6) Jika ada training, berapa lamakah masa training tersebut ?
- 7) Apakah ada pembagian kerja disini ?
- 8) Bagaimana cara anda melayani customer ?
- 9) Sudah berapa lama anda bekerja disini ?
- 10) Apakah pernah ada komplain yang pernah dilakukan customer ?
- 11) Jika ada komplain, apa masalah tersebut ?

## PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara secara mendalam (*in-depth interview*) untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh jasa usaha laundry CV. Master Clean Jalan Kalimantan No 76B Kota Jember

Pedoman wawancara informan penelitian

1. Identitas informan penelitian

Nama : \_\_\_\_\_

Umur : \_\_\_\_\_

Jabatan : \_\_\_\_\_

Alamat : \_\_\_\_\_

Wawancara dengan Customer CV. Master Clean Jalan Kalimantan No 76B Kota Jember.

- 1) Apakah anda sering menggunakan jasa CV. Master Clean ?
- 2) Apa yang membuat anda suka dan nyaman menggunakan jasa CV. Master Clean untuk membereskan urusan pakaian anda ?
- 3) Apakah kira-kira ada pesan atau saran untuk tempat jasa usaha laundry CV. Master Clean ini agar kedepannya bisa jauh lebih baik lagi ?

## Lampiran 4

## TRANSKIP WAWANCARA SUBJEK PENELITIAN

## I. Identitas Subjek Penelitian

Nama : Sulistiyowati  
Umur : 35 Tahun  
Jabatan : Manager Cabang CV. Master Clean  
Alamat : Jalan Kalimantan No.76B Jember

## II. Strategi bauran pemasaran pada usaha laundry CV. Master Clean di Jember

## A. Sejarah usaha jasa laundry CV. Master Clean Jalan Kalimantan No.76B Jember

Peneliti : Sejak kapan awal berdirinya CV. Master Clean di Jember?  
Narasumber : *Master Clean Jalan Kalimantan No.76B Jember resmi dibuka pada tahun 2003 dan dulu bernama Central Laundry, pergantian nama menjadi Master Clean pada tahun 2010.*

Peneliti : Bagaimana awal mula berdirinya CV. Master Clean di Jember?  
Narasumber : *Pemilik Master Clean berasal dari Bali dan awal mula berdirinya CV. Master Clean di Jember yaitu tahun 2003 yang bernama Central Laundry dan resmi diganti nama menjadi CV. Master Clean pada tahun 2010, di Jember memiliki 3 cabang yaitu di jalan Kalimantan, jalan Mastrip, dan jalan Trunojoyo. Master Clean dari tahun ke tahun memiliki kemajuan yang sangat pesat karena semakin banyaknya konsumen yang mempercayai tempat laundry ini, maka pemilik Master Clean membuat inovasi dengan mengubah mesin cuci dengan mesin cuci yang modern, tidak hanya mesin cuci saja, tetapi juga setrika uap yang lebih rapi dan halus.*

Peneliti : Apakah kendala yang dihadapi CV. Master Clean ketika awal – awal membuka usaha jasa laundry di kota Jember?

*Narasumber : Tidak ada kendala yang cukup besar, akan tetapi karena sedikitnya konsumen yang masi mencuci pakainnya di CV. Master Clean, jadi masih agak sepi dan tidak seramai sekarang.*

**Peneliti** : Apakah kelebihan yang dimiliki CV. Master Clean yang tidak dimiliki jasa laundry lainnya di Jember?

*Narasumber : CV. Master Clean ini sudah menggunakan mesin cuci “Go Green” mbak, yang bisa menonaktifkan bakteri atau kuman yang menempel pada pakaian, selain itu kami juga menggunakan setrika uap yang membuat pakaian lebih rapi dan halus, dan juga pengerjaan laundry kami paling lama maksimal 1 hari saja. Jadi konsumen tidak usah menunggu bajunya sampai berhari – hari. Bisa antar jemput juga.*

#### B. Pemasaran

**Peneliti** : Bagaimana caranya CV. Master Clean memasarkan usah jasa laundry kepada khalayak umum di Kota Jember? Khususnya mahasiswa yang menjadi pangsa pasar utama di wilayah kampus?

*Narasumber : Pada saat setiap tahun ajaran baru mulai rame dengan mahasiswa baru yang berdatangan di kota Jember, kami beserta para karyawan – karyawan membagikan brosur – brosur pada saat minggu pagi sewaktu CFD, selain itu kami juga memasang berbagai banner atau pamflet disetiap tempat yang strategis mbak.*

**Peneliti** : Bagaimana bentuk pelayanan CV. Master Clean dalam memasarkan jasa usaha laundry di Jember?

*Narasumber : Kami melatih karyawan agar dapat berkomunikasi ataupun menyelesaikan pekerjaannya dengan baik. Selain itu kami juga menggalakkan antar jemput pakaian para konsumen tanpa membayar biaya tambahan.*

Peneliti : Kendala apa saja yang dihadapi oleh CV. Master Clean dalam memasarkan jasa usaha laundry kepada masyarakat di Jember? Khususnya kalangan mahasiswa wilayah kampus?

Narasumber : *Kendalanya ya karena harga mbak, terkesan agak mahal bagi mahasiswa ya karena ada baju yang dihitung satuan, tetapi kami sudah membuat paket harga juga bagi mahasiswa. Harga segitu sudah sangat dipertimbangkan karena kami tidak melayani berbagai macam jenis cuci seperti cuci mamel saja atau cuci kering saja. Tetapi kami langsung satu paket cuci kering sekaligus setrika beserta parfumnya, kemudian juga kami manarget maksimal pengerjaan paling lama hanya 1 hari saja. Ada mahasiswa yang berminat, ada pula yang biasa – biasa saja atau bahkan tidak berminat sama sekali.*

Peneliti : Strategi apa saaja yang digunakan CV. Master Clean untuk kemajuan bisnis usahanya?

Narasumber : *CV. Master Clean menggunakan strategi berupa strategi produk, strategi tempat, strategi harga, strategi promosi, strategi sumber daya manusia, strategi proses, dan strategi sarana fisik. Karena itu semua sangat berhubungan dan berkaitan terutama dalam usaha di bidang jasa mbak.*

C. Strategi produk, strategi harga, strategi tempat, strategi promosi, strategi SDM, strategi proses, dan strategi sarana fisik.

#### 1. Strategi Produk

Peneliti : Apakah CV. Master Clean menawarkan produk? Jika iya, produk berupa apa saja yang ditawarkan?

Narasumber : *Berhubung CV. Master Clean merupakan bisnis usaha yang bergerak di bidang jasa, maka kami menawarkan produk jasa mbak. Produk jasa yang ditawarkan berupa satu paket cuci kering setrika beserta parfumnya.*

## 2. Strategi Harga

Peneliti : Berapa kisaran harga untuk masing – masing laundry baju kiloan? Termasuk di dalamnya cuci kering, cuci setrika, parfum, dan delivery order?

Narasumber : *Kami tidak menggunakan perhitungan kiloan mbak, kami menggunakan paketan dan juga baju dihitung satuan. Ada paket hemat mahasiswa yaitu 25 potong Rp. 35.000, 55 potong Rp. 70.000. sedangkan paket hemat family 30 potong Rp. 50.000 dan 65 potong Rp. 100.000. sedangkan jika dihitung satuan yaitu kemeja Rp. 2.500, kaos Rp. 2.000, celana Rp. 3.000, jaket Rp. 5.000, sprai, Rp. 5.000-7.000, selimut Rp. 6.000- 20.000, bed cover S Rp. 12.000-15.000, bed cover D Rp. 18.000-20.000. itu sudah termasuk cuci kering setrika dan parfum, jika ingin delivery order tidak dipungut biaya kembali alias gratis mbak.*

Peneliti : Apakah harga yang ditetapkan pada saat ini sudah memenuhi target?

Narasumber : *Insha Allah sudah mencapai mbak, apalagi jika mahasiswa mulai masuk di kampus malah diatas target, kalau mahasiswa mulai libur ya pas – pasan tapi tidak sampai ada kerugian mbak.*

Peneliti : Apakah penetapan harga sudah disesuaikan dengan kualitas hasil yang diselesaikan dalam setiap pemesanannya?

Narasumber : *Kami menetapkan harga penuh pertimbangan dan sangat disesuaikan dengan kualitas serta pelayanannya mbak, jadi tidak akan kecewa dan sama – sama saling menguntungkan satu sama lain.*

## 3. Strategi Tempat

Peneliti : Mengapa memilih di Jalan Kalimantan No.76B Jember?

Narasumber : *Karena disinilah tempatnya sangat strategis, dekat dengan kota dan dekat pula dengan wilayah kampus mbak.*

Peneliti : Apakah ada pertimbangan khusus dalam menetapkan lokasi pemasaran?

Narasumber : *Sangat penuh pertimbangan mbak, walaupun biaya sewanya agak mahal, asalkan tempatnya mudah dijangkau dan membuat konsumen merasa nyaman.*

Peneliti : Apakah customer merasa nyaman selama melakukan transaksi pengerjaan jasa laundry dan pengambilan di tempat ini?

Narasumber : *Selama ini saya tidak pernah mendengar konsumen yang komplain masalah tempat mbak, mereka oke – oke saja saat melakukan pengerjaan ataupun pengambilan. Jadi Insha Allah konsumen merasa nyaman dengan tempat yang strategis ini.*

#### 4. Strategi Promosi

Peneliti : Bagaimana cara promosi yang dilakukan CV. Master Clean dalam memasarkan jasa usaha laundrynya?

Narasumber : *Kami memasarkannya dengan menyebarkan brosur – brosur pada saat hari Minggu pagi di alun – alun bertepatan juga dengan kegiatan car free day. Disitulah kami melakukan promosi – promosi kepada khalayak. Selain itu pemasangan pamflet ataupun banner – banner di beberapa tempat yang strategis.*

Peneliti : Apakah promosi CV. Master Clean sudah merupakan cara yang tepat untuk menarik customer?

Narasumber : *Mudah – mudahan begitu mbak, karena kebanyakan dari mereka berminat dan ingin mencoba. Atau bahkan lebih banyak yang berlangganan jika sudah pernah mencoba di CV. Master Clean.*

Peneliti : Bagaimana tanggapan customer tentang promosi yang dilakukan CV. Master Clean?

*Narasumber : Namanya juga orang – orang pasti berbeda – beda respon atau tanggapan mbak. Ada yang antusias ada pula yang biasa – biasa saja atau bahkan no respon. Akan tetapi biar bagaimanapun tanggapannya, kami tetap mempromosikan dengan semaksimal mungkin untuk menarik minat konsumen.*

#### 5. Strategi Sumber Daya Manusia

**Peneliti** : Apa motivasi karyawan CV. Master Clean dalam menjalankan tugasnya sebagai pekerja?

*Narasumber : Motivasi karyawan yaitu berusaha semaksimal mungkin bekerja dan bertanggung jawab dengan tugas yang diterimanya dan mengupayakan agar hasilnya bagus, tepat waktu, dan tidak ada masalah.*

**Peneliti** : Apa saja pelatihan – pelatihan yang dilakukan karyawan saat pertama melamar kerja di CV. Master Clean?

*Narasumber : Pelatihan – pelatihan yang dilakukan yaitu dengan cara bagaiman mencuci baju dengan baik, menyetrika baju dengan tlaten, dan bisa memilah – milah mana baju agar tidak luntur.*

**Peneliti** : Mengapa karyawan CV. Master Clean harus di latih dan diseleksi saat bekerja di CV. Master Clean?

*Narasumber : Agar tidak ada masalah yang terjadi dan mengurangi komplain dari konsumen serta agar dapat melayani konsumen dengan baik.*

#### 6. Strategi Proses

**Peneliti** : Dari jam berapa sampai jam berapa CV. Master Clean melayani konsumen yang akan mencuci dan mengambil cucian mereka?

*Narasumber : CV. Master Clean buka dari jam 8 pagi sampai 9 malam, dan melayani laundryn konsumen dari jam 8 pagi sampai jam 7 malam.*

**Peneliti** : Berapa lama minimal dan maksimal CV. Master Clean dapat menyelesaikan laundry konsumen?

*Narasumber : Kalau minimal tergantung permintaan konsumen bisa request sampai berapa jam, selama ini ada konsumen yang langsung minta 1 jam selesai tapi ya bayarnya 2x lipat. Sedangkan maksimalnya yaitu 1 hari.*

*Peneliti : Apa saja contoh kendala yang dialami CV. Master Clean saat ada konsumen yang komplain dengan cucianya?*

*Narasumber : Ada beberapa konsumen yang komplain contohnya seperti komplain karena bajunya tertukar atau saja bajunya kena luntur mbak.*

#### 7. Strategi Sarana Fisik

*Peneliti : Apa saja fasilitas yang digunakan CV. Master Clean dalam menjalankan usahanya?*

*Narasumber : Mesin cuci yang modern yang berbasis GO GREEN yang dapat menonaktifkan kuman atau bakteri pada pakaian, setrika uap yang membuat pakaian lebih halus dan rapi, alat pengering yang bagus. Fasilitas lainnya yaitu bel otomatis yang berbunyi jika ada orang yang masuk ditempat itu agar konsumen tidak usah repot – repot memanggil karyawan.*

*Peneliti : Apakah fasilitas yang digunakan CV. Master Clean cukup membuat konsumen merasa puas dengan hasilnya?*

*Narasumber : Selama ini tidak ada konsumen yang komplain dengan fasilitas yang disediakan ditempat ini. Mereka seperinya baik – baik saja dan nyaman – nyaman saja mbak.*

*Peneliti : Apa tanggung jawab CV. Master Clean jika ada pakaian yang hilang milik konsumen?*

*Narasumber : Diganti rugi berupa paket cuci ataupun uang mbak.*

## TRANSKIP WAWANCARA

Pedoman wawancara mendalam untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang digunakan CV. Master Clean Jalan Kalimantan No.76B Jember Transkrip wawancara informan penelitian

## I. Identitas informan penelitian

Nama : Diah Novita

Umur : 21 Tahun

Jabatan : Karyawan bagian kasir

Alamat : Jalan Kalimantan No.76B Jember

Wawancara dengan karyawan CV. Master Clean Jalan Kalimantan No.76B Jember

Peneliti : Apa saja persyaratan yang harus anda penuhi untuk menjadi karyawan CV. Master Clean Jalan Kalimantan No.76B Jember?

Narasumber : *Minimal ijazah SMA, dan punya keahlian dalam bekerja di tugasnya masing – masing.*

Peneliti : Berapa jumlah karyawan di CV. Master Clean Jalan Kalimantan No.76B Jember?

Narasumber : *8 orang. 2 kasir, 3 setrika, dan 3 cuci.*

Peneliti : Apakah ada pelatihan husus yang diberikan sebelum anda terjun untuk melayani customer secara langsung?

Narasumber : *Ada, dengan cara diberi pelatihan secara lisan mengenai prosedur kerja mbak.*

Peneliti : Jika ada pelatihan, berapa lama pelatihan tersebut?

Narasumber : *Kurang lebih 1 minggu.*

Peneliti : Apakah selama pelatihan ada masa uji coba atau training?

Narasumber : *Tidak ada mbak, kami langsung diberi kepercayaan untuk langsung bekerja.*

Peneliti : Apakah ada pembagian kerja disini?

Narasumber : *Ada mbak, 2 shift. Seperti kasir ada yang shift pagi sampai siang, di lanjut dengan yang shift siang sampai malam.*

Peneliti : Bagaimana cara anda melayani customer?

*Narasumber : Jika ada konsumen yang masih baru mencuci pakaiannya disini, kita beritahu dulu mengenai paket – paketnya. Seperti paket hemat dan juga dengan menawarkan mengenai jasa antar jemput gratis. Jika sudah ada konsumen yang sering mencuci pakaiannya disini pastinya mereka sudah mengerti sebelumnya, kami cukup melayani seperti biasanya.*

**Peneliti** : Sudah berapa lama anda bekerja disini?

*Narasumber : Kira – kira 1 tahun 10 bulan.*

**Peneliti** : Apakah pernah ada komplain dari customer?

*Narasumber : Ada beberapa mbak tapi tidak sering.*

**Peneliti** : Jika ada komplain, apa masalah tersebut?

*Narasumber : Misalnya baju yang tertukar, baju rusak atau kelunturan.*

## TRANSKIP WAWANCARA

Pedoman wawancara secara mendalam untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh CV. Master Clean Jalan Kalimantan No.76B Jember

Pedoman wawancara informan penelitian

I. Identitas informan penelitian

Nama : Hanin Afifah

Umur : 19 Tahun

Jabatan : Konsumen

Alamat : Jalan Danau Toba Jember

Wawancara dengan konsumen CV. Master Clean Jalan Kalimantan No.76B Jember

Peneliti : Apakah anda sering menggunakan jasa CV. Master Clean?

*Narasumber : Lumayan sering mbak.*

Peneliti : Apa yang membuat anda suka dan nyaman menggunakan jasa CV. Master Clean untuk membereskan pakaian anda?

*Narasumber : Karena di CV. Master Clean ini baju saya sangat rapi dan harum mbak, selain itu pelayanannya juga baik, serta fasilitas yang digunakan cukup nyaman sesuai dengan harga yang ditentukan dan saya tidak merasa dirugikan.*

Peneliti : Apakah kira – kira ada pesan atau saran untuk tempat jasa usaha laundry CV. Master Clean ini agar kedepannya bisa jauh lebih baik lagi?

*Narasumber : Pesannya ya kalau bisa pelanggan bisa dibebaskan memilih parfumannya dan disediakan berbagai macam parfum.*

## Lampiran 5

**SURAT PERMOHONAN IJIN PENELITIAN**

KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PERGURUAN TINGGI  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**  
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121  
Telepon: 0331- 334988, 330738 Faks: 0331-332475  
Laman: [www.fkip.unej.ac.id](http://www.fkip.unej.ac.id)

Nomor **3866/UN25.1.5/LT/2017**  
Lampiran :-  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

**11 MAY 2018**

Yth. Kepala CV. Master Clean  
di Kabupaten Jember

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember di bawah ini:

Nama	: Devita Firdausi R
NIM	: 140210301020
Program Studi	: Pendidikan Ekonomi
Jurusan	: Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Berkenaan dengan penyelesaian tugas akhir, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian di Perusahaan yang Saudari pimpin.

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudari berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian atas berkenaan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan I  
Wakil Dekan I,  
  
**Prof. Dr. Suratno, M.Si.**  
NIP 196706251992031003

## Lampiran 6

## LEMBAR KONSULTASI



KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalbojo Kotak Pos 162  
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

## LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Devita Firdausi R  
NIM/ Angkatan : 140210301020/2014  
Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Usaha Laundry Baju CV. Master Clean di Jember  
Pembimbing I : Drs. Joko Widodo, M.M.

## KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing I
1.	Rabu, 27-9-17	Judul	
2.	Kamis, 7-12-17	Judul	
3.	14-02-2018	Bab 1,2,3	
4.	9-03-2018	Bab 1,2,3	
5.	16-04-2018	Definisi	
6.	27-08-2018	Bab 4,5	
7.	27-08-2018	Bab 4,5	
8.			
9.			
10.		Definisi Skripsi	
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			

## Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi



KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162  
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

#### LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Devita Firdausi R  
NIM/ Angkatan : 140210301020/2014  
Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Usaha Laundry Baju CV. Master Clean di Jember  
Pembimbing II : Dra. Sri Wahyuni, M.Si.

#### KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing II
1.	Sabtu, 9-12-17	Judul.	SP
2.	14-2-2018	Bab 1,2,3	SP
3.	1-3-2018	Bab 1,2,3	SP
4.	20-3-2018	Bab 1,2,3.	SP
5.	03-09-2018	Bab 1,2,5+lampiran.	SP
6.	10-4-2018	Bab 1,2,3 + lampiran	SP
7.	16-9-2018	all seminar	SP
8.	3-11-2018	Bab 9, 5.	SP
9.	5-11-2018	Bab 9, 5	SP
10.	7-11-2018	Bab . 9, 5	SP
11.	10-11-2018	Bab . 9, 5	SP
12.	12-11-2018	all ujian	SP
13.			
14.			
15.			

#### Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

## Lampiran 7

## FOTO PENELITIAN



Gambar 1. Lokasi Penelitian



Gambar 2. Karyawan Master Clean



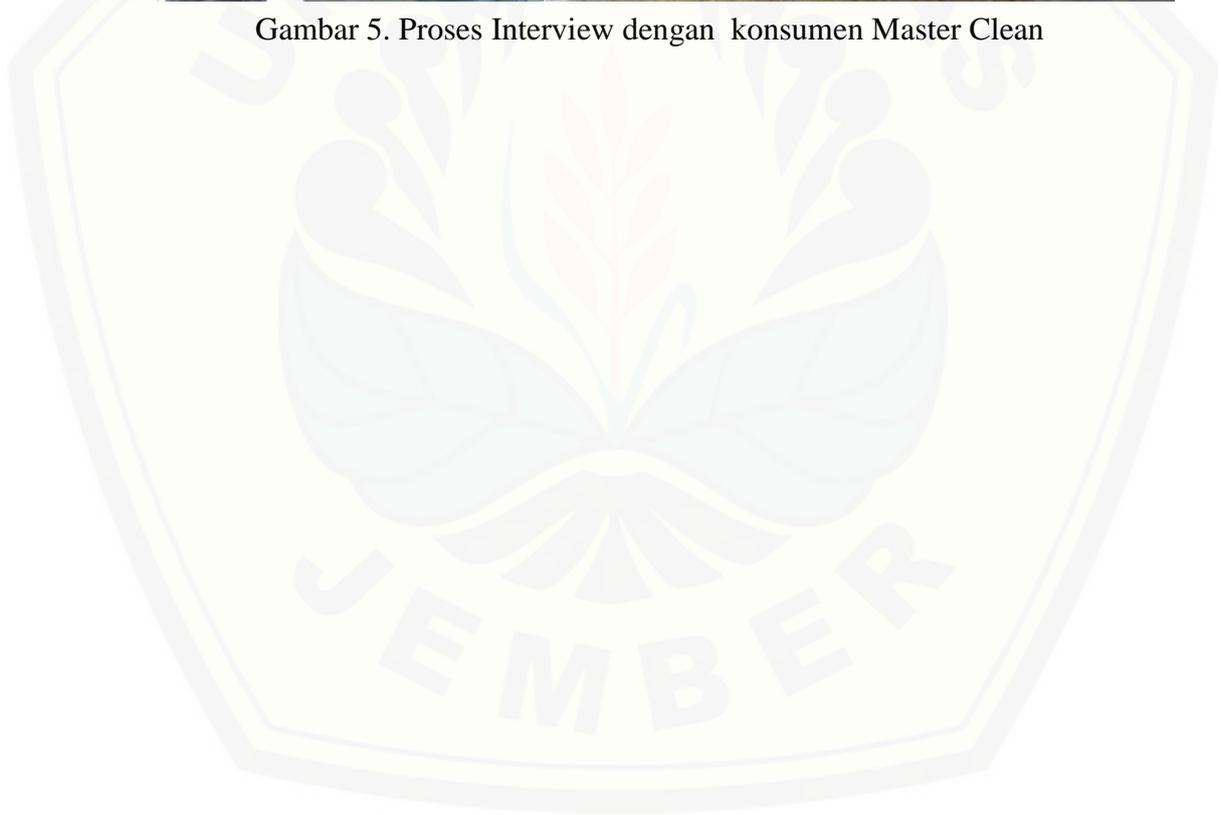
Gambar 3. Proses Interview dengan Manager Cabang CV. Master Clean



Gambar 4. Proses Interview dengan kasir Master Clean



Gambar 5. Proses Interview dengan konsumen Master Clean



## Lampiran 8

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas**

Nama : Devita Firdausi R.  
 Tempat/tanggal lahir : Jember, 11 Agustus 1996  
 Jenis kelamin : Perempuan  
 Agama : Islam  
 Status : Belum Menikah  
 Alamat : Perum. Graha Kencana BB. 17 Pamekasan,  
 Madura.  
 E-mail : [devitafr@gmail.com](mailto:devitafr@gmail.com)  
 Orang Tua : Ayah : M. Jazagur Rochman  
 Pekerjaan : TNI - AD  
 Ibu : Lilik Kusdarwati  
 Pekerjaan : PNS (Guru)

**B. Pendidikan**

No	Nama Sekolah	Tempat	Tahun Lulus
1	SDN Panglegur 2 Tlanakan	Jl. Raya Panglegur Tlanakan, Pamekasan	2008
2	SMPN 1 Pamekasan	Jl. Abd. Azis Pamekasan	2011
3	SMAN 2 Pamekasan	Jl. Jokoyole 234 Pamekasan	2014

