



Analisis Strategi Bauran Pemasaran pada Bisnis Laundry

Sri Wulandari¹⁾,

¹⁾Universitas PGRI Argopuro Jember

[\(sriwulan11khansa@gmail.com\)](mailto:sriwulan11khansa@gmail.com)

Abstrak

Riwayat Artikel

Tanggal diajukan:

12 November 2025

Tanggal diterima :

20 Desember 2025

Tanggal dipublikasikan:

30 Januari 2026

Strategi bauran pemasaran yang dianalisis oleh peneliti meliputi 9P (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, payment and packaging). Peneliti menggunakan deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada jasa Top Ten Laundry dan Dry Clean. Hasil dari penelitian pada jasa Top Ten Laundry dan Dry Clean dalam penerapan bauran pemasaran 9P yaitu perlu adanya pengembangan inovasi pada jasa Top Ten Laundry dan Dry Clean terutama dalam teknologi yang secara langsung mendukung proses jasa Top Ten Laundry dan Dry Clean. Tekonogi yang modern dan canggih akan meningkatkan kualitas jasa dan mempercepat waktu penyelesaian sehingga meningkatkan kepuasan konsumen serta meningkatkan penjualan.

Kata kunci: Strategi Bauran Pemasaran; 9P

Abstract

Corresponding Author :

Nama :
Sri Wulandari

Institusi :
Universitas PGRI Argopuro
Jember

Email :
sriwulan11khansa@gmail.com

The marketing mix strategy analyzed by the researcher includes 9P (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, payment and packaging). The researcher used a qualitative descriptive with a case study approach on Top Ten Laundry and Dry Clean services. The results of the study on Top Ten Laundry and Dry Clean services in implementing the 9P marketing mix are the need for innovation development in Top Ten Laundry and Dry Clean services, especially in technology that directly supports the Top Ten Laundry and Dry Clean service process. Modern and sophisticated technology will improve service quality and speed up completion time, thereby increasing customer satisfaction and increasing sales.

Keywords : .9P; Marketing Mix Strategy

PENDAHULUAN

Di zaman modern saat ini, hampir setiap orang sibuk dengan aktivitas pekerjaannya terutama di kehidupan perkotaan. Para ibu yang sibuk dengan aktivitas pekerjaannya sehingga tidak sempat mengatasi masalah cucian pakaian. Pekerjaan yang padat dan baju kotor menumpuk sering kali menjadi masalah bagi ibu pekerja. Oleh sebab itu, jasa laundry menawarkan solusi bagi ibu - ibu yang sibuk dan tidak sempat mengurus pakaian yang kotor.

Bisnis laundry merupakan bisnis jasa yang menawarkan jasa pelayanan cuci pakaian dengan harga yang sudah ditetapkan oleh pihak penyedia jasa. Harga disesuaikan dengan berat cucian dan waktu penyelesaiannya. Dengan adanya perkembangan bisnis yang semakin pesat, banyak jasa laundry yang menawarkan jasanya. Dengan adanya meningkatnya jumlah jasa laundry, merupakan tantangan bagi jasa laundry Top Ten Laundry & Dry Clean dalam mempertahankan eksistensinya di dunia bisnis.

Dalam menjawab tantangan bisnis, peneliti menganalisis bisnis jasa laundry Top Ten Laundry & Dry Clean dengan menggunakan bauran pemasaran yang dikenal dengan marketing mix. Bauran pemasaran (marketing mix) merupakan strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan agar bisa diterima oleh konsumen. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan terarah akan mencapai target perusahaan sehingga produk atau layanan yang ditawarkan bisa laku di pasaran dan mencapai laba yang diharapkan perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2007) bauran pemasaran merupakan alat strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan secara terus menerus untuk mencapai target pasar.

Konsep bauran pemasaran dikembangkan McCarthy (1981) terdapat 4 elemen konsep pemasaran yaitu produk, harga, promosi dan tempat. Dikembangkan menjadi 9 elemen oleh Larry Steven London (2007). London mengembangkan konsep bauran pemasaran dari 4 menjadi 9 diantaranya product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, payment dan packaging. Menurut London, untuk mencapai kesuksesan pada era pasar bisnis modern dibutuhkan perspektif pemasar yang lebih luas dan komplit.

METODE PENELITIAN

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif sesuai dengan pandangan Sugiono (2017) dan Moleong (2014). Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi secara langsung, wawancara dan dokumentasi untuk menggali informasi secara mendalam. Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah bauran pemasaran (Marketing Mix) 9P.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Produk (Product)

Dasar pada bauran pemasaran adalah produk. Produk merupakan point utama keberlangsungan dari suatu usaha karena produk memberikan efek secara langsung pada kepuasan konsumen. Produk yang dihasilkan dari Top Ten Laundry & Dry Clean adalah jasa pencucian dan pengeringan. Output dari jasa Top Ten Laundry & Dry Clean yaitu menciptakan hasil cucian yang bersih, wangi dan rapi sehingga dapat memenuhi kepuasan konsumen dan pemakaian ulang terhadap jasa tersebut. Selain bersih, wangi dan rapi tidak memberikan efek negatif pada baju yaitu baju rusak atau bulak karena melakukan pengulangan pencucian karena Top Ten Laundry & Dry Clean menggunakan produk detergen dan pewangi yang berkualitas.

2. Harga (Price)

Selain produk, kunci utama dalam bauran pemasaran adalah harga. Menurut Kotler dan Armstrong harga adalah suatu nilai yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan atau memiliki barang maupun jasa. Harga merupakan bagian terpenting dari bauran pemasaran karena melalui harga pendapatan perusahaan terbentuk.

3. Tempat (Place)

Tempat yang strategis merupakan salah satu faktor pendukung keberlangsungan keberhasilan suatu usaha. Lokasi yang strategis memberikan akses kemudahan bagi konsumen untuk datang ke tempat Top Ten Laundry & Dry Clean. Dengan akses yang sangat mudah secara tidak langsung akan meningkatkan jumlah konsumen yang menikmati jasa Top Ten laundry & Dry Clean. Dengan meningkatnya jumlah konsumen akan meningkatkan pendapatan usaha jasa tersebut.

Lokasi Top Ten Laundry & Dry Clean Jl. Letjen Suprpto 140 Jember jawatimur. Lokasi Top Ten Laundry & Dry Clean sangat strategis berada pada pusat kota merupakan lokasi yang terbaik.

4. Promosi (Promotion)

Menurut Kotler dan Amstrong (2019: 63) “Promosi merupakan strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi terkait jasa yang ditawarkan serta keunggulan jasanya dan mempengaruhi konsumen untuk memanfaatkan jasanya. Dengan adanya promosi, jasa kita lebih dikenal oleh konsumen”. Promosi tidak hanya sebagai pengenalan jasa saja juga sebagai strategi untuk memenangkan persaingan yang memiliki jasa yang sama.

Promosi yang diterapkan oleh Top Ten Laundry & Dry Clean adalah bauran pemasaran. Untuk mendapatkan konsumen dan mampu berdaya saing perlu adanya promosi yang unggul. Strategi promosi dilakukan secara online maupun offline.

Strategi promosi secara online dilakukan oleh Top Ten Laundry & Dry Clean yaitu

a. Pemasaran Berbasis Lokasi (Local SEO)

Top Ten Laundry & Dry Clean menggunakan Google My Business. Konsumen bisa mengetahui profil Top Ten Laundry & Dry Clean dan bisa sekaligus mengetahui lokasi Top Ten Laundry melalui Google Maps.

b. Pemasaran Media Sosial

Top Ten Laundry & Dry Clean menggunakan instgram, Tik Tok dan Facebook.

c. Sistem Pemesanan Digital

Top Ten Laundry & Dry Clean menggunakan aplikasi dan whatsapp business untuk memudahkan konsumen sehingga konsumen tidak perlu datang ke lokasi laundry.

Strategi promosi secara offline

a. Bukti Fisik dan Visual

Memanfaatkan banner di tempat lokasi laundry dan lokasi-lokasi strategis yang memungkinkan konsumen membacanya.

b. Hubungan komunitas dan lingkungan

Top Ten Laundry & Dry Clean menyebarkan brosur di tempat yang strategis dan menyebarkan brosur di tempat kos, area perumahan maupun area perkampungan.

Top Ten Laundry & clean menjalin kerjasama dengan apartemen-apartemen, kos-kosan dan hotel serta mempromosikan jasa ini melalui organisasi ibu-ibu pkk.

5. Orang (people)

Menurut Nirwana Orang yang terlibat langsung terhadap konsumen dalam bentuk pelayanan jasanya. Orang (people) memiliki peran penting dalam kegiatan usaha karena mereka terlibat secara langsung dengan konsumen. Cara berbicara, cara berperilaku dan cara bernampilan mempengaruhi kualitas layanan terhadap konsumen sehingga mempengaruhi persepsi konsumen terhadap pelayanan jasanya.

6. Proses (Process)

Proses adalah alur kegiatan jasa mulai dari pelayanan jasa, pengelolaan jasa laundry sampai ke tangan konsumen. Proses yang dilakukan oleh jasa Top Ten Laundry & Dry Clean adalah cepat, mudah, jelas dan ramah. Urutan proses yang dilakukan Top Ten Laundry & Dry Clean dalam penerapan jasanya adalah

a. Penerimaan Pakaian

Konsumen mengantarkan pakaian atau pihak jasa laundry mengambil pakaian ditempat. Menimbang pakaian serta melakukan pengecekan pakaian terkait jumlah bajunya dan kemungkinan kerusakan. Melakukan pencatatan transaksi.

b. Pra-Pencucian

Mempersiapkan pakaian sebelum masuk mesin cuci dengan melakukan penyotiran terhadap pakaian lalu melakukan pelabelan setiap pakaian.

c. Pencucian dan Pengeringan

Melakukan proses pencucian menggunakan detergen dan pewangi yang berkualitas agar pakaian bersih, tidak bau dan kualitas pakaian tetap terjaga.

d. Pasca Pencucian

Pasca pencucian meliputi penyetricaan dan pengemasan. Penyetricaan Top ten Laundry & Dry Clean menggunakan setrika uap sehingga pakaian menjadi halus dan rapi lalu pakaian dikemas dengan rapi.

e. Penyerahan dan Pembayaran

Penyerahan pakaian dan melakukan transaksi pembayaran. Penyerahan barang laundry kepada konsumen setelah dilakukan pengecekan yang teliti oleh pihak karyawan agar terjadi kehilangan maupun tertukar dengan konsumen lain setelah selesai barang laundry di packaging dengan rapi lalu diserahkan kepada konsumen dan konsumen melakukan pembayaran setelah barang diterima.

7. Bukti Fisik (Physical Evidence)

Bukti fisik terkait dengan tempat jasa laundry. Top Ten Laundry dan Dry Clean memiliki tempat nyaman, indah dan bersih. Didukung dengan penampilan para pekerja yang rapi, menarik dan ramah.

8. Pembayaran (Payment)

Suatu proses pemberian nilai konsumen kepada pemilik jasa atas pemakaian jasanya baik secara tunai maupun non tunai. Pembayaran yang diterapkan oleh jasa Top Ten Laundry dan Dry Clean dilakukan secara tunai maupun non tunai guna memudahkan transaksi konsumen. Untuk transaksi secara non tunai yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen antara lain E-Wallets, transfer bank maupun kartu debit atau kredit. Pembayaran yang sangat mudah dan terjamin keamanannya merupakan unsur penting dalam strategi bauran pemasaran guna meningkatkan pelayanan.

9. Pengemasan (Packaging)

Aspek pengemasan merupakan bagian dari bukti fisik yang secara langsung dilihat oleh konsumen. Pengemasan yang rapi, bagus dan menarik serta di dukung dengan produk pengemasan yang berkualitas misalnya plastik yang tebal dan tidak mudah kusut sehingga secara tidak langsung meningkatkan persepsi yang positif serta meningkatkan kepuasan bagi konsumen.

Pengemasan yang dilakukan oleh jasa Top Ten Laundry dan Dry Clean menggunakan plastik yang tebal supaya tidak mudah sobek serta penataan yang rapi ketika sebelum dimasukkan dalam pengemasan.

KESIMPULAN

Kesimpulan peneliti dalam pembahasan strategi analisis bauran pemasaran 9P yang diterapkan oleh jasa Top Ten Laundry dan Dry Clean adalah dalam penerapannya dan pengimplementasinya dalam strategi bauran pemasaran 9P dinilai bagus. Namun, untuk meningkatkan penjualan dan kepuasan konsumen Top Ten laundry dan Dry Clean perlu meningkatkan teknologinya seperti menggunakan teknologi setrika yang modern sehingga memangkas waktu penyelesaiannya dan terjamin kerapiannya. Meningkatkan jumlah teknologinya seperti menambah mesin cuci untuk mengantisipasi lonjaknya konsumen yang menggunakan jasa tersebut. Dengan adanya pembaharuan teknologi diharapkan mampu meningkatkan kualitas jasa, meningkatkan penjualan dan memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen sehingga meningkatkan reputasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Londre, L. S. (2007). *The Nine P's/9P's of Marketing*. Londre Marketing Consultants. <http://www.nineps.com>.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Moleong, L.J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya