

ABSTRAK

LAUNDRY SYARIAH SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PT LIMAGO UTAMA INDONESIA

Martono Budi Santoso

21/485829/PEK/27697

Pertumbuhan omset *laundry* Prestigio melambat disaat kondisi pasca covid 19 mulai membaik dengan lebih khususnya permasalahan dilihat dari lingkungan internal perusahaan adalah pengembangan produk terbatas dan produk yang dihasilkan secara umum sama dengan yang ada dipasar dan belum mempunyai keunikan khusus dan oleh permasalahan lingkungan eksternal yaitu persaingan bisnis *laundry* sangat ketat dan jumlah *laundry* semakin banyak dari tahun ke tahunnya, oleh karenanya perusahaan perlu membuat strategi agar dapat bertahan dari persaingan yang ketat ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah menformulasikan upaya perusahaan dalam menambah *value proposition* dengan *Business Model Canvas* dan merancang strategi model bisnis baru yang digunakan dapat membantu meningkatkan pertumbuhan omset dan jumlah pelanggan dengan membuat unit usaha *laundry* syariah prestigio. Penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuisioner kepada 80 responden dan wawancara dari 2 narasumber dalam mendukung penelitian ini. Dari penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah *laundry* dengan konsep syariah dapat diterima pelanggan dan peluangnya kedepan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *laundry* syariah memiliki proposisi nilai dari pelanggan yaitu sesuai dengan prinsip syariah dan berdasarkan fatwa MUI dalam pengelolaan *laundry* dengan dasar penyucian (*Tathhir*) untuk *wet clean* dan *dry clean*. Berdasarkan hasil ini maka potensi *laundry* syariah akan sangat baik untuk perusahaan dalam strategi pengembangan usaha PT. Limago Utama Indonesia.

Kata kunci: strategi pengembangan usaha, *laundry* syariah, penyucian (*Tathhir*).

ABSTRACT

SHARIA LAUNDRY AS A BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY OF PT LIMAGO UTAMA INDONESIA

Martono Budi Santoso

21/485829/PEK/27697

The growth of Prestigio laundry turnover slowed down when post-covid 19 conditions began to improve, more specifically the problems seen from the company's internal environment were limited product development and the products produced were generally the same as those on the market and did not yet have special uniqueness and external environmental problems, namely competition in the laundry business very strict and the number of laundries is increasing from year to year, therefore companies need to make strategies to survive this intense competition.

The purpose of this research is to formulate the company's efforts to add value proposition with the Business Model Canvas and design new business model strategies that can help increase turnover growth and the number of customers by creating a prestigio sharia laundry business unit. This study used a method of distributing questionnaires to 80 respondents and interviews from 2 informants in supporting this research. From this research it is used to find out whether laundry with the concept of sharia can be accepted by customers and the opportunities in the future.

The results of the study show that sharia laundry has a proposition of customer value, which is in accordance with sharia principles and based on the MUI fatwa in managing laundry on the basis of purification (Tathhir) for wet clean and dry clean. Based on these results, the potential for sharia laundry will be very good for companies in the business development strategy of PT. Limago Utama Indonesia.

Keywords: *business development strategy, sharia laundry, purification (Tathhir).*