

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis di era milenial seperti sekarang ini sangat pesat dan juga signifikan. Kata bisnis sudah tidak asing lagi dikalangan seluruh masyarakat di Indonesia baik bisnis dibidang perdagangan barang seperti minuman, makanan, dan pakaian ataupun dibidang perdagangan jasa seperti akomodasi hotel, glamping, rumah kos atau laundry. Persaingan bisnis di Indonesia begitu banyak, dimulai dari bisnis yang kecil sampai bisnis besar terutama persaingan bisnis dibidang jasa semakin meningkat. Tetapi tidak sedikit pula bisnis dalam bidang pelayanan jasa yang gulung tikar dan bangkrut karena daya saing atau mereka tidak memperhitungkan bisnis mereka yang *sustainable* dengan baik dan inovatif. Banyak perusahaan pelayanan jasa baru yang membuka perusahaan mereka kemudian tutup karena mereka tidak memikirkan *planning* dan tidak mempertimbangkan resiko-resiko yang akan dihadapi dalam berbisnis.

Pengertian bisnis menurut **Louis E. Boone (2011:5)** “Bisnis merupakan seluruh aktivitas dan sebuah usaha untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan untuk system perekonomian, dan beberapa bisnis memproduksi barang berwujud sedangkan yang lain memberikan jasa.”

Dengan melihat teori tersebut dapat disimpulkan bahwa bisnis juga dibutuhkan bagi system perekonomian, dan dalam hal tersebut berarti menganalisa aspek pasar juga penting karena menjadi tujuan terpenting dalam bisnis agar sasarannya dalam bisnis tepat dan juga sesuai.

Dan pengertian jasa menurut **Kotler dalam Lupiyoadi (2014:7)** “Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak”.

Dengan melihat begitu banyak peluang bisnis yang bisa dijalani sekarang, terutama dalam bidang pelayanan jasa maka pelayanan jasa *laundry* termasuk bisnis yang menjanjikan. Di jaman serba digital ini semua orang ingin melakukan seluruh kegiatan secara instan dan praktis, walaupun harus mengeluarkan uang yang cukup banyak karena mengingat pekerjaan yang cukup padat, kesibukan kuliah dari pagi sampai sore maupun kesibukan bekerja di kantor sehingga menyebabkan seseorang tidak dapat membagi waktu dan menemukan waktu luang untuk kebutuhannya sendiri. Berbisnis *laundry* adalah bisnis yang saat ini cukup memberi perhatian kepada masyarakat. Bisnis ini menyederhanakan pekerjaan rumah tangga dengan tidak perlu repot-repot mencuci pakaian sehari-hari. *Laundry* adalah fasilitas yang dipergunakan untuk proses pencucian dan juga pengeringan pakaian sehari-hari, handuk, sepreai, bedcover, selimut, sepatu, dan lain-lain.

Membuka bisnis *laundry* ini terinspirasi dari lingkungan sekitar dan melihat adanya pasar untuk menghitung peluang bisnis *laundry*. Peluang bisnis *laundry* ini cukup menjanjikan sehingga bisnis ini tidak terlalu beresiko tinggi dan keuntungan yang diperoleh juga bisa berpengaruh dari kepadatan penduduk di Indonesia dengan kesibukan yang berbeda-beda membuat mereka susah mengatur waktu dan meluangkan waktunya untuk melakukan pekerjaan rumah contohnya mencuci pakaian mereka. Selain sebuah usaha laundry dengan mengambil peluang pasar yang besar dan kreatif dapat membangun suatu produk yang agak sedikit berbeda yaitu *laundry* dengan konsep *eco green* yang

sedang *booming* dibicarakan oleh masyarakat milenial yang ingin membantu bumi ini menjadi lebih hijau.

Usaha *Laundry* dengan konsep *go green* ini bernama “*Zuiver Laundry*”. Usaha *laundry* ini hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, dengan inovasi bisnis yang dimiliki penulis merupakan konsep yang berbeda dari *laundry* biasanya yaitu *Eco Green Laundry* dengan konsep *laundry* yang *instagramable*. Dengan begitu orang yang akan mencuci bajunya akan merasa puas dengan service yang kami berikan karena selain konsep ini ramah lingkungan, mereka juga bisa menikmati suasana yang bisa dibilang cukup *Instagramable* dan mereka pun bisa ber swafoto di dalam atau di luar *laundry* tersebut. Di era sekarang, sudah mulai banyak gerakan ramah lingkungan seperti gerakan “*less plastic*” tanpa sedotan atau selalu membawa botol minum *non-plastic*. Oleh sebab itu, penulis memikirkan bagaimana caranya membuat air bekas mencuci tidak terbuang sia-sia. Dengan contoh membuang air bekas mencuci disalurkan kepada saluran toilet. Penulis juga mengambil contoh dari banyaknya café yang berkonsep *instagramable* pada jaman sekarang dan lebih diminati oleh orang-orang karena design dari café tersebut dibandingkan dengan rasa dari makanan atau minuman dalam café tersebut. Hal ini penulis manfaatkan dengan menaruh konsep design yang *Instagramable* agar menarik perhatian konsumen.

B. Gambaran Umum Bisnis

- Deskripsi Bisnis

Zuiver Laundry adalah sebuah jasa laundry dengan konsep *Eco Green* dengan design yang *instagramable* dan juga menyediakan bahan supplies dengan dasar ramah lingkungan sesuai dengan konsep dari jasa laundry ini sendiri.

- Deskripsi Logo dan Nama



Gambar 1.1 Logo Zuiver Laundry

Dapat dilihat dari logo tersebut menggambarkan mesin laundry yang berbentuk lambang instagram karena dalam bisnis ini terdapat sisi laundry instagramable yang juga diiringi dengan daun berwarna hijau yang berarti asri dan murni dan berarti ramah lingkungan.

Nama Zuiver Laundry ini diambil dari kata Zuiver yang berasal dari bahasa belanda yang berarti “murni” atau “*pure*”. Makna tersebut bermaksud menerapkan visi dan misi dari bisnis laundry ini dengan sistem eco green yang ingin membantu mengurangi bumi kita yang rusak dengan kata murni yang berarti kami melayani pelanggan dengan sepenuh hati dengan bahan-bahan yang murni dan tidak mengandung plastik.

- **Identitas Bisnis**

Usaha ini akan beroperasi di Bandung, mengingat kota Bandung dulunya adalah kota kembang dan asri maka bisnis ini dapat sedikit membantu mengembalikan keadaan kota Bandung yang asri dengan pengurangannya sampah plastic. Juga dengan banyaknya kampus di Bandung yang artinya banyak juga mahasiswa yang akan membutuhkan laundry, terutama mahasiswa yang masih peduli dengan lingkungan sekitarnya dan ramah pada lingkungan sekitar. Kemudian peluang mendirikan bisnis di kota Bandung ini sangat memberikan jaminan yang baik untuk meraih kesuksesan dan meraup banyak keuntungan dimasa depan.

C. Visi dan Misi

Zuiver Laundry ini tentu saja memiliki Visi dan Misi agar menjelaskan bisnis seperti apa yang akan dijalankan kedepannya, seperti:

Visi:

Menjadi badan usaha terpercaya dalam menyediakan jasa laundry dengan konsep ramah lingkungan atau eco green dan dapat memotivasi masyarakat agar selalu peduli akan lingkungan sekitar.

Misi:

1. Membuat bisnis laundry ini menjadi sebuah tren untuk para remaja ataupun orang dewasa.
2. Menjalankan bisnis dengan ramah terhadap lingkungan dan juga masyarakat.
3. Merealisasikan bisnis laundry dengan tema eco green ini dengan baik.
4. Memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

D. Analisis Peluang Dan Hambatan (SWOT)

Dalam membentuk sebuah bisnis atau usaha baru diperlukan terlebih dahulu cara mengidentifikasi permasalahan atau faktor peluang dan penghambat untuk kemajuan usaha bisnis tersebut. Dalam mengetahui faktor-faktor tersebut dapat menggunakan analisis SWOT atau sebuah metode analisis peluang dan hambatan.

SWOT sendiri adalah singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threats* (ancaman), Dan SWOT ini dijadikan sebagai model dalam menganalisis suatu kelompok dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan suatu kelompok tersebut secara lebih komprehensif. Menurut **Kotler & Armstrong (2008:64)**, “Analisis SWOT adalah penilaian yang menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu perusahaan.”

Dalam mengupayakan keberhasilan dari bisnis yang akan didirikan yaitu *Zuiver Laundry* maka penulis merangkum analisis SWOT dari bisnis tersebut. Berikut adalah penjelasan analisis SWOT dari bisnis *Zuiver Laundry*.

1. *Strengths* (kekuatan)

Strengths atau kekuatan adalah keunggulan lain yang berhubungan dengan pesaing dari sebuah usaha. Kekuatan ini merupakan sebuah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi usaha yang ada di pasaran. *Zuiver Laundry* tentunya memiliki kekuatan tersebut, berikut adalah *strengths* dari *Zuiver Laundry*:

- ✓ Memiliki konsep laundry yang berbeda dari laundry lain.

Suatu inovasi dimana *Zuiver Laundry* tidak hanya memberikan jasa mencuci pakaian saja tetapi *Zuiver Laundry* juga menciptakan sebuah konsep ramah lingkungan dimana kebanyakan orang tidak menyadari bahwa bumi ini sedang butuh di rawat oleh manusia. Dengan memberikan inovasi dengan membuat air bekas laundry tidak terbuang sia-sia begitu saja.

- ✓ Memberikan pelayanan yang terbaik serta terjamin hasilnya.

Pelayanan yang diberikan *Zuiver Laundry* akan memberikan pelayanan semaksimal mungkin dari mulai kedatangan pengunjung sampai kepulangan pengunjung dengan hasil pencucian yang terjamin kebersihan serta kerapihannya.

- ✓ Memiliki 2 jenis *service* dan jenis pembayaran yang berbeda.

Jenis *service* yang dimiliki *Zuiver Laundry* ini ada 2, yaitu *self service* dan *auto service*. *Self service* adalah *service* dimana pelanggan melayani dirinya sendiri tanpa banyak bantuan dari pekerja. Untuk pelanggan yang memilih *service* ini, mereka akan diberikan kartu oleh kasir untuk mengoperasikan mesin cucinya sendiri serta diberikan pilihan pewangi yang dapat mereka pilih dalam bentuk botol kaca diawal pembayaran. Sedangkan *auto service* adalah *service* yang dimana kami menyediakan pekerja untuk membantu pelanggan mencuci bajunya, dan pelangganpun tetap mendapatkan pilihan pewangi dan mereka bisa menunggu atau meninggalkan pakaiannya. Adapula jenis pembayaran yang penulis sediakan yaitu *cash*(pelanggan biasa) dan juga *zuiver membership card*(pelanggan tetap). Yang membedakan dari kedua jenis pembayaran tersebut adalah dari *zuiver card* nya itu sendiri. Dengan

menggunakan *zilver card* pelanggan tersebut akan mendapatkan diskon dan keuntungan lainnya dibandingkan metode pembayaran dengan menggunakan *cash*.

2. **Weaknesses (kelemahan)**

Dalam membuat sebuah bisnis selain melihat dari unsur kelebihan, kelemahan dari sebuah usaha juga hal yang penting. Maka, untuk mengetahui kelemahan perusahaan dapat dengan membandingkan dengan para pesaing seperti apa usaha yang mereka miliki namun tidak dimiliki usaha sendiri. Berikut adalah kelemahan dari *Zuiver Laundry*:

- ✓ Banyaknya pesaing.

Bisnis *laundry* sudah tidak asing lagi didengar, bisnis *laundry* adalah salah satu bisnis yang sudah ada dimana saja pada saat ini. Dengan semua konsep *laundry* yang serupa semakin sulit untuk para konsumen memilih *laundry* yang mereka ingin kunjungi.

- ✓ Belum dikenal banyak orang.

Seperti yang kita ketahui, kebanyakan orang lebih memilih pergi ke *laundry* yang sudah mereka percayai sejak awal. Atau lebih memilih pergi ke *laundry* yang sebelumnya sudah terkenal dan memiliki *rating* yang bagus.

- ✓ Membutuhkan modal yang besar.

Sudah tidak bisa dipungkiri lagi bahwa membuat bisnis *laundry* membutuhkan modal yang besar. Hal seperti itu dapat dilihat dari mesin *laundry* yang cukup mahal dengan kuantitas yang memadai, juga dengan *supplies* pada *laundry* yang memang tergolong cukup mahal. Dan dikarenakan usaha *laundry* ini juga

berbeda dari bisnis *laundry* lainnya, maka membutuhkan biaya yang sedikit lebih banyak termasuk biaya promosi juga iklan karena bisnis ini juga tergolong bisnis baru.

3. *Opportunities* (peluang)

Opportunities adalah sebuah peluang yang dimiliki dari suatu bisnis yang tentu akan menghasilkan keuntungan untuk bisnis tersebut dan juga dapat berpengaruh besar dalam bisnis tersebut. Berikut adalah peluang dari *Zuiver Laundry*:

- ✓ Sebagai salah satu pencetus inovasi bisnis *laundry* yang baru.

Dapat kita ketahui sudah banyak *laundry-laundry* yang tersebar di Indonesia namun *laundry* dengan konsep ramah lingkungan yang disertai dengan *design* yang *instagramable* dengan *service* dan pewangi yang beragam sangat jarang sekali ditemukan.

- ✓ Menjadi alternatif baru untuk para konsumen yang peduli akan lingkungan namun tidak terlihat *old-school*.

Saat ini kebanyakan orang merasa dirinya tidak keren saat mengikuti tren ramah lingkungan atau merasa membuang-buang waktu untuk mengikuti kegiatan ramah lingkungan. Akan tetapi kebanyakan orang saat ini sangat mementingkan unsur *instagramable* karena kebutuhan media sosial mereka.

4. *Threats* (ancaman)

Threats adalah sebuah ancaman atau penghambat bagi suatu usaha yang akan dijalankan. Ancaman ini mengakibatkan ketidakuntungan dalam proses pembuatan

usaha karena ancaman menentukan bisnis yang akan dijalankan kedepannya. Ancaman yang mungkin akan terjadi pada *Zuiver Laundry* adalah sebagai berikut:

- ✓ Kebanyakan orang Indonesia tidak terbiasa dengan *self service*.

Karena pada umumnya orang Indonesia hanya ingin melakukan sesuatu yang serba instan atau tidak mau mengikuti alur proses. Sedangkan *self service* ini adalah *service* yang tidak instan apalagi harus melewati proses terlebih dahulu.

- ✓ Banyaknya persaingan dari usaha yang lain.

Tentu saja usaha lain perlu kita perhatikan karena ini adalah ancaman dari keberhasilan usaha yang akan didirikan. Dan juga begitu banyak pesaing yang berada di tempat yang akan didirikan oleh penulis.

- ✓ Banyak pesaing yang memberikan harga lebih murah.

Harga yang kita berikan dalam bisnis juga sangat berpengaruh pada keminatan para pelanggan. Maka dari itu hal ini perlu kita perhatikan.

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Zuiver Laundry dengan konsep *eco green* juga memiliki design tempat yang *instagramable* ini memiliki jenis pembayaran yang unik karena penulis memikirkan betapa tidak efisiennya penggunaan coin pada mesin *laundry*. Namun, dengan menggunakan kartu untuk mengoperasikan mesin laundry akan lebih mudah dan efisien untuk konsumen yang memilih *self service* di *Zuiver Laundry*. Kartu tersebut akan diberikan oleh kasir kepada konsumen dengan diberikan saldo sesuai kebutuhan konsumen. Kemudian konsumen akan

mencuci pakaian mereka ditempat yang sudah disediakan. Konsumen juga dapat memilih pewangi yang mereka suka yang tentu saja sudah disediakan ditempat. Jika konsumen memilih untuk auto service karena mereka tidak memiliki waktu luang untuk mencuci sendiri, mereka bisa menyimpan pakaiannya di kasir dan dapat diambil kembali dalam jangka waktu 3 hari. Deterjen yang digunakan pun sesuai dengan konsep dari laundrynya sendiri, yaitu ramah lingkungan. Selain dengan deterjen eco green yang berbahan alami, sisa air hasil mencuci juga dapat disalurkan ke toilet atau dapat untuk menyiram tanaman. Maka, air bekas mencuci tidak akan terbuang dengan sia-sia.

F. Jenis Badan Usaha

Badan usaha *Zuiver Laundry* adalah BUMS (Badan Usaha Milik Sendiri) yang termasuk jenis Perusahaan Persekutuan dalam bentuk CV (*Commanditaire Vennootschap*) yaitu badan usaha yang didirikan dua orang ataupun lebih. Di dalam CV pun ada yang namanya sekutu aktif (orang yang menjalankan usaha) dan sekutu pasif (orang yang memberi modal).

Zuiver Laundry memilih CV sebagai badan usaha karena jenis usaha ini dikenal sebagai sekutu aktif yang memberikan modal dan juga mengoperasikan bisnis sedangkan pasif hanya memberikan modal diawal dan tidak ikut campur tangan dalam urusan operasional. Oleh karena itu, *Zuiver Laundry* memilih menggunakan CV yang mendapatkan banyak kelebihan salah satunya mendapatkan modal yang cukup besar.

G. Aspek Legalitas

Dengan memilih CV sebagai badan usaha untuk bisnis ini, tentu saja membutuhkan syarat-syarat untuk membuat sebuah bisnis dengan badan usaha. Berikut adalah prosedur untuk mendirikan CV untuk badan usaha:

1. Pengecekan dan pembookingan nama usaha oleh notaris

Sebelum pendirian sebuah badan usaha, di haruskan mengajukan nama perusahaan untuk dipesan oleh notaris. Notaris akan mengecek di sitem AHU(Administrasi Hukum Umum) sebelum melakukan pembuatan draft akta perusahaan.

2. Pembuatan draft akta oleh notaris

Kemudian notaris akan membuat draft akta CV dengan memasukan data-data perusahaan. Data tersebut berisi nama CV, tempat, maksud dan tujuan, modal perusahaan serta kepemilikan modal, dan struktur kepengurusan perusahaan.

3. Finalisasi dan tanda tangan akta dihadapan notaris

Setelah draft akta dianggap sudah sesuai dengan permintaan, maka akta akan ditandatangani oleh persero aktif dan pasif dihadapan notaris.

4. Pengurusan dan pengambilan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) dan SKT(Surat Keterangan Terdaftar) perusahaan.

Setelah NPWP perusahaan terdaftarkan, kartu NPWP dan SKT akan dikeluarkan oleh KPP (Kantor Pelayanan Pajak) setelah semua syarat dokumen dianggap cukup.

5. Pendaftaran NIB

NIB atau Nomor Induk Berusaha adalah nomor pengenal bagi pelaku usaha. NIB berfungsi untuk menggantikan TDP, API, NIK jika diperlukan.

6. Pengajuan izin usaha dan izin komersial

Setelah semua prosedur pendirian badan usaha CV berjalan dengan lancar, bisnis akan dapat legalitas untuk perusahaan. Setelah itu, barulah kita dapat mengoperasikan suatu bisnis.