

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Housekeeping atau Tata Graha memiliki konsep dasar untuk mengelola & menjaga kebersihan dalam suatu area. Cakupan *Housekeeping* cukup luas yaitu diantaranya meliputi *Public Area, Linen and Uniform, Laundry, Gardener, Florist* dan *Room Section*. Kebersihan merupakan hal yang perlu diperhatikan karena dapat mempengaruhi kepada kepuasan pelanggan. Agar lingkungan tetap terjaga kebersihannya yang dapat menciptakan kenyamanan kepada orang yang berada di sekitar area tersebut, maka dibutuhkan *Housekeeping Public Area Attendant*.

Housekeeping Public Area Attendant memiliki tanggung jawab untuk membersihkan, mengatur dan memastikan seluruh area umum dalam keadaan bersih, rapih dan nyaman. Untuk memastikan hal – hal tersebut maka diperlukan tenaga kerja yang memiliki kemampuan yang sudah ahli dan mengerti dengan tugas yang harus dilakukan, karena kebersihan adalah salah satu faktor yang sangat penting di kantor atau area umum. Lingkungan bersih di area umum atau kantor dapat menciptakan kenyamanan & keamanan dari segala jenis kotoran, debu dan bakteri. Oleh karena itu para pekerja dari *Housekeeping Public Area Attendant* perlu teliti dan sigap dalam melakukan tugasnya.

Fenomena yang kerap terjadi di saat ini adalah sulitnya perusahaan dalam menemukan pekerja yang memiliki kemampuan sesuai & ahli dengan yang dibutuhkan dalam bidang *Housekeeping Public Area Attendant*. Hal ini terjadi karena salah satunya dipengaruhi oleh kemudahan dan kebebasan dalam

menyajikan informasi termasuk informasi mengenai lowongan pekerjaan. Jika dahulu biasanya melihat lowongan pekerjaan dari surat kabar ataupun radio. Maka di era *digital* saat ini kita sudah jauh dimudahkan dalam mendapatkan segala informasi yang sedang terjadi.

Termasuk informasi mengenai lowongan pekerjaan. Ada banyak *platform* yang menyajikan informasi – informasi terkait hal tersebut, diantaranya adalah LinkedIn, Instagram, Facebook, Twitter, dan WhatsApp. Banyak perusahaan memanfaatkan *platform* tersebut untuk menginformasikan terkait lowongan pekerjaan kepada publik. Melalui *platform* tersebut perusahaan dapat lebih mudah untuk mengenali calon karyawan yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.

Tetapi menurut penulis dibalik segala kemudahan yang didapatkan dari segala macam jenis *platform* saat ini ada sisi negatif yang penulis amati, dimana para perusahaan hanya mengetahui profil luar dan belum terbukti kualifikasi dari kemampuan yang dimiliki oleh para calon tenaga kerja tersebut.

Saat ini tingkat *turnover* karyawan sangat tinggi, salah satu alasan kuat mengapa tingkat *turnover* tinggi ialah karena kemampuan yang dimiliki oleh banyak karyawan yang tidak sesuai dengan apa yang perusahaan butuhkan. Dengan tingginya tingkat *turnover* ini banyak perusahaan yang merugi dikarenakan tidak mudahnya untuk mendapatkan karyawan yang *qualified*. Sehingga saat ini banyak perusahaan yang membutuhkan karyawan dengan *background* mumpuni.

Salah satu cara untuk mengatasi masalah kesulitan mencari tenaga kerja ahli bagi perusahaan atau hotel adalah menggunakan jasa *Outsourcing*. Menurut **Puspita Ghaniy Anggraini (2016)** “*Outsourcing* adalah suatu bidang usaha yang

berkegiatan memberikan separuh pelaksanaan pekerjaan tertentu kepada pihak lain atau pihak ketiga yang memiliki dasar sebuah perjanjian, perjanjian ini kerap kali dilakukan dengan cara mendatangi suatu dokumen atau seringkali disebut dengan sistem kontrak”.

Sesuai dengan pertanyaan tersebut berarti ada pihak ketiga yang menghubungkan pekerja dengan pihak perusahaan yang sedang membutuhkan tenaga kerja ahli. Sistem merekrut pekerja dari pihak ketiga atau *Outsourcing* bukanlah hal yang baru di Indonesia, perusahaan – perusahaan sudah mulai mengaplikasikan sistem *Outsourcing* sejak adanya **Undang - Undang Nomor 13 Tahun 2003** yang berisikan tentang **Ketenagakerjaan**.

Dengan menggunakan jasa *Outsourcing* ini banyak keuntungan yang bisa didapatkan oleh perusahaan yang membutuhkan, antara lain perusahaan bisa lebih fokus untuk mengurus kegiatan bisnis inti aktivitas utama, menghemat biaya operasional, tidak perlu memikirkan kegiatan perekrutan karyawan, tidak perlu mengadakan pelatihan yang bisa meningkatkan efisiensi pekerjaan, dan tidak mengurus hal yang berhubungan administrasi karyawan seperti penggajian.

Maka dari itu penulis memiliki ide untuk menciptakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *Outsourcing Cleaning Service* yang dikhususkan untuk menjadi *Public Area Attendant* yang memiliki kemampuan terbaik di *Housekeeping Public Area Attendant*. Kemampuan – kemampuan yang penulis maksud ialah para karyawan yang penulis berikan pelatihan & penyaluran pekerjaan sudah menguasai bidang yang akan dihadapi, memiliki jiwa hospitaliti, mampu bekerja dibawah

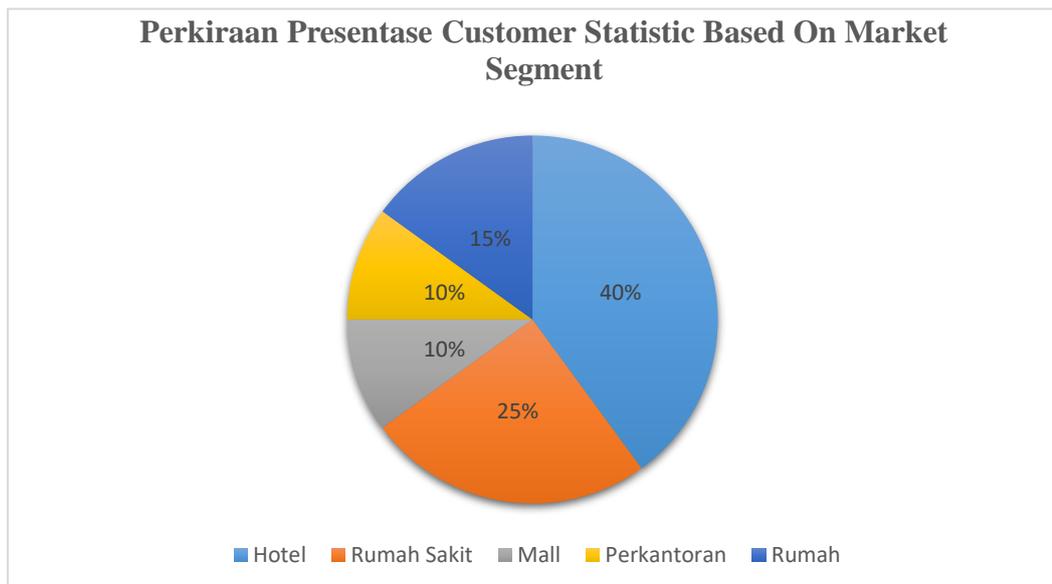
tekanan, dapat menjaga penampilan, mempunyai rasa profesional dan loyalitas yang tinggi.

Perusahaan yang akan didirikan oleh penulis bernama *C-NEAT* yang merupakan kepanjangan dari *Clean & Neat* yang memiliki slogan “*Connecting People & Places*”. Tenaga kerja dari *C-NEAT* tidak hanya untuk perhotelan, perkantoran atau tempat umum lainnya, tetapi bisa juga mendatangi ke rumah – rumah yang memerlukan perawatan ekstra. Konsumen yang membutuhkan tenaga kerja ahli dari *C-NEAT* dapat melakukan pemesanan melalui berbagai *platform* yang disediakan oleh pihak *C-NEAT* yaitu diantaranya Instagram dan Website, dan yang terakhir dapat dipesan melalui telepon.

Menurut penulis berikut adalah diagram presentase dari segmen pasar usaha yang akan penulis rintis:

GAMBAR 1.1

PRESENTASE SEGMENT PASAR



Sumber : Olahan Penulis, 2021

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Yang dimaksud dengan deskripsi bisnis adalah gambaran mengenai informasi usaha yang akan penulis lakukan. Dengan banyaknya Rumah Penduduk, Hotel, Perkantoran, Rumah Sakit dan *Mall* di Bandung penulis melihat peluang untuk membuat sebuah usaha yang bergerak di bidang *Cleaning Service*. Perusahaan yang penulis dirikan akan diberi nama *C-NEAT* yang merupakan kepanjangan dari *Clean & Neat*.

Yang menjadi pembeda dari *C-NEAT* dengan perusahaan *Outsourcing Cleaning Service* lainnya ialah para tenaga kerja yang telah disiapkan oleh *C-NEAT* memiliki kemampuan yang sudah ahli dalam bidangnya, menggunakan *equipment, materials & chemical* yang berkualitas, tenaga kerja yang mampu bekerja dibawah tekanan, tenaga kerja siap memberikan *excellent service* termasuk siap jika diperlukan bekerja sebelum jam kerja dimulai atau bahkan lembur, memiliki jiwa *hospitality* yang tinggi dan memiliki penampilan yang rapih & menarik.

2. Deskripsi Logo dan Nama

C-NEAT merupakan kepanjangan dari *Clean & Neat*, dalam bahasa Indonesia berarti Bersih & Rapi. Arti dari nama perusahaan sendiri sangat mewakili sekali makna dari kebutuhan yang diperlukan dalam usaha yang bergerak di bidang *Cleaning Service* yang memfokuskan kepada hal kebersihan, kerapian dan kenyamanan. *C-NEAT* memiliki slogan *Connecting*

People & Places yang berarti *C-NEAT* mampu menyambungkan tenaga kerja ahli dengan perusahaan yang membutuhkan.

GAMBAR 1.2

LOGO *C-NEAT*



Sumber: Olahan Penulis, 2021

Penulis membuat logo ini memang memiliki desain yang minimalis atau sederhana namun tetap bermakna. Logo ini berisi dari salah satu peralatan kebersihan yang bernama *plunger* atau alat penyedot untuk saluran pembuangan air, gedung – gedung yang memiliki arti sebagai segmen pasar perusahaan yang penulis buat dan yang terakhir ada nama & logo dari perusahaan yang akan penulis buat. Warna – warna memiliki peranan yang cukup penting dalam sebuah logo perusahaan, maka dari itu penulis memilih warna yang mempunyai arti yang sesuai dengan karakter perusahaan yang ingin penulis buat. Masing – masing warna yang berada di dalam logo memiliki arti yang berbeda. Berikut penjelasannya, yaitu :

- Hitam

Penulis memilih warna hitam sebagai dasar dari logo perusahaan yang penulis buat ialah karena dalam *branding* bisnis warna hitam memiliki arti profesional. Yang dapat mewakili para tenaga kerja dari *C-NEAT*.

- Putih

Warna putih penulis pilih karena kerap kali diartikan sebagai warna dari kebersihan & steril yang penulis pikir itulah tujuan di dirikannya *C-NEAT* yaitu untuk menciptakan area yang bersih, bebas dari segala jenis kotoran yang mampu mempengaruhi kepada kenyamanan. Selain itu warna putih juga memiliki arti keterbukaan, maksud dari keterbukaan yang penulis maknai adalah *C-NEAT* terbuka dalam menerima kritik & saran dari konsumen.

- Biru

Dalam bisnis warna biru memiliki arti dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Sehingga penulis memilih warna ini, karena ini adalah merupakan salah satu prinsip dasar yang harus dimiliki setiap tenaga kerja dari *C-NEAT*.

3. Identitas Bisnis (Kontak dan Alamat Perusahaan)

Lokasi atau identitas bisnis merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi bisnis tersebut. Maka dari itu penulis memilih lokasi yang strategis untuk melakukan bisnis yang penulis buat. Berikut kontak & alamat dari *C-NEAT*, yaitu:

Telefon : +62 822 1804 4484

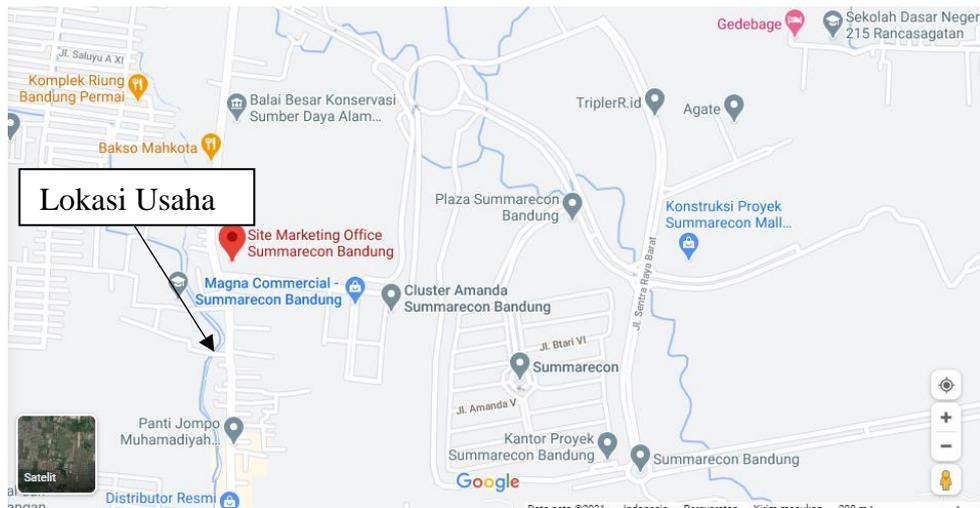
Email : cleanandneatcompany@gmail.com

Instagram : cneatcompany

Alamat : Ruko Ruby Commercial Nomor 77 Summarecon, Kota Bandung, Jawa Barat, 40294.

GAMBAR 1.3

LOKASI USAHA



Sumber: Olahan Penulis, 2021

Penulis mendapatkan lokasi strategi ini melalui salah satu *platform* jual beli properti terpercaya di Jawa Barat yaitu www.rumah.com, harga yang penulis dapatkan untuk menyewa tempat tersebut yaitu sebesar Rp. 105.000.000 per tahun.

C. Visi dan Misi

Visi dari *C-NEAT* yaitu:

Menjadi penyedia jasa Cleaning Service dibagian Public Area nomor 1 di Bandung.

Misi dari *C-NEAT* yaitu:

1. Menyalurkan tenaga kerja ahli yang memiliki sikap profesional & loyalitas yang tinggi.
2. Memberikan pelayanan dengan metode *excellent service*.

3. Mampu memberikan rasa kenyamanan dari aspek kebersihan untuk konsumen *C-NEAT*.

D. SWOT Analysis

Dalam membangun sebuah usaha tentulah tidak mudah. Terlebih dengan begitu banyaknya kompetitor yang telah lebih dulu ada di bidang usaha yang penulis buat. Maka dari itu analisis SWOT dapat membantu para pelaku usaha baru untuk merancang strategi sebaik mungkin untuk bersaing dengan para kompetitor lainnya.

Menurut **Erwin Suryatama (2016:130)** “ Analisis SWOT dapat digunakan dengan cara menganalisis dan memisahkan berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya. Keempat faktor tersebut ialah kekuatan atau *Strengths*, kelemahan atau *Weakness*, peluang atau *Opportunities* dan yang terakhir ada ancaman atau *Threats*. Keempat hal inilah yang mampu membantu untuk merencanakan & mengevaluasi suatu strategi.”

Berikut adalah Analisis SWOT dari *C-NEAT* :

1. Kekuatan atau *Strength* dari *C-NEAT* :

- *C-NEAT* merupakan perusahaan *Outsourcing Cleaning Service Public Area* yang memiliki tenaga kerja berjiwa hospitaliti tinggi.
- Memiliki *equipment, materials dan chemical* yang memiliki kualitas tinggi dan sesuai dengan kebutuhan.
- Tenaga kerja dari *C-NEAT* mampu bekerja dibawah tekanan & memberikan *excellent service*.

- Menggunakan konsep proses pembersihan secara profesional sesuai dengan standar hotel berbintang baik dari segi ilmu maupun penerapan metode pembersihan dalam *housekeeping*.

2. Kelemahan atau *Weakness* dari *C-NEAT* :

- Nama yang belum dikenal banyak orang.
- *Equipment, materials* dan *chemical* memiliki harga yang tidak murah.
- Sulitnya menemukan kriteria tenaga kerja yang dibutuhkan oleh *C-NEAT*.
- Membutuhkan modal usaha yang lumayan besar.

3. Peluang atau *Opportunities* dari *C-NEAT* :

- Adanya keluhan dari para pengguna jasa *cleaning service* perusahaan lain mengenai keramahtamahan.
- Banyaknya hotel, perkantoraan, rumah sakit, mall dan rumah penduduk di Bandung.
- Membuka lapangan pekerjaan baru.
- Banyaknya tenaga kerja dari perusahaan *cleaning service* lain yang tidak dapat menjaga keharasiaan perusahaan yang ditempati.

4. Ancaman atau *Threats* dari *C-NEAT* :

- Kerusakan dari *equipment* dan *materials* karena kelalaian dari tenaga kerja *C-NEAT*.
- Uang yang dikeluarkan untuk membetulkan *equipment & materials* cukup besar.
- Banyaknya pesaing.

- Pemutusan kontrak secara sepihak yang dilakukan oleh perusahaan dikarenakan kinerja yang tidak sesuai dengan yang diharapkan.

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Dalam membuat sebuah usaha spesifikasi dari produk/jasa yang akan ditawarkan harus jelas, supaya konsumen tahu dan mengerti mengenai informasi – informasi mengenai suatu produk/jasa yang ditawarkan. Berikut spesifikasi jasa yang ditawarkan oleh *C-NEAT*, yaitu:

1. *Short Term Cleaning*

Program *short term cleaning* adalah salah satu jenis jasa yang dijalankan oleh *C-NEAT*, yaitu pembersihan area yang lebih cepat kotor sehingga harus sering dibersihkan. Adapun kegiatan pembersihan yang dilakukan adalah:

- *Mopping*/mengepel lantai.
- *Deep dusting*.
- *Toilet cleaning*/pembersihan toilet.
- *Sweeping*/menyapu.
- *Glass cleaning*/pembersihan kaca.

2. *Long Term Cleaning*

Program *long term cleaning* adalah salah satu jenis jasa yang dijalankan oleh *C-NEAT*, yaitu pembersihan area yang lebih lama untuk kotor kembali sehingga tidak terlalu sering dibersihkan. Adapun kegiatan pembersihan yang dilakukan adalah:

- *Chandelier cleaning*/pembersihan lampu hias gantung.
- *Spiderweb cleaning*/pembersihan sarang laba-laba.

- Menggunakan *Floor Cleaning Machine* untuk *deep cleaning*.
- *Deep brushing*/menyikat area teras dan tempat parkir.
- *Total Cleaning*/pembersihan secara total area umum (*toilet, shower area di swimming pool, public table & chair*).

F. Jenis/ Badan Usaha

Menjadi *entrepreneur* di era yang bergantung kepada teknologi atau yang biasa disebut era 5.0 sangatlah populer. Orang – orang berlomba lomba untuk menciptakan lapangan pekerjaan. Salah satu aspek penting ketika sudah siap untuk membuat usaha adalah menentukan jenis/badan usaha yang akan diambil. Tetapi banyak *entrepreneur* kerap kali merasa kebingungan dalam memilih jenis/badan usaha yang sesuai dengan bidang yang diambil, karena usaha yang berjalan dengan baik terbentuk juga dari jenis/badan usaha yang sesuai dengan modal usaha dan sektor usaha.

Dari pernyataan diatas penulis memilih untuk membuat sebuah usaha dengan jenis/badan usaha *Commanditaire Venootschap* disingkat CV yang berarti dalam bahasa Indonesia adalah Persekutuan Komanditer. Menurut **Wijatno (2009:69)** “Persekutuan Komanditer atau *Commanditaire Venootschap* sebuah bentuk dari perjanjian kerjasama yang bertujuan untuk mengelola perusahaan yang bertanggung jawab sepenuhnya dengan menggunakan kekayaan pribadi serta orang lain yang memberikan suatu pinjaman tetapi tidak mau untuk menjadi pemimpin perusahaan, yang artinya hanya memiliki tanggung jawab terbatas pada kekayaan yang diikut sertakan kepada perusahaan.” Berikut adalah ciri – ciri dari perusahaan CV, yaitu:

- Terdapat dua jenis keanggotaan, yaitu sekutu aktif & sekutu pasif, yang dimaksud dengan sekutu aktif ialah anggota yang menjalankan perusahaan tersebut, sedangkan sekutu pasif adalah anggota yang tidak ikut dalam menjalankan perusahaan, sekutu pasif hanya menanamkan modal diperusahan tersebut.
- Sekutu aktif memiliki tanggung jawab yang lebih besar daripada sekutu pasif.
- Perusahaan yang memiliki jenis/badan usaha CV harus merupakan Warga Negara Indonesia (WNI).

Dalam setiap jenis/badan usaha tentu saja memiliki kelebihan & kekurangan, oleh karena itu berikut adalah kelebihan & kekurangan dari perusahaan CV, yaitu:

TABEL 1.1

KELEBIHAN DAN KEKURANGAN CV

Kelebihan CV	Kekurangan CV
Mudahnya proses pendirian.	Dapat menimbulkan antara para sekutu.
Resiko pendirian ditanggung oleh seluruh sekutu.	Pengawasan kekuasaan yang kompleks.
Mudah untuk berkembang.	Ketika sudah menanam modal susah untuk ditarik kembali.
Besarnya modal yang dapat terkumpul.	Jika perusahaan memiliki hutang, maka semua sekutu harus menanggung.

G. Aspek Legalitas

Unsur paling penting dalam mendirikan usaha adalah aspek legalitas. Karena suatu badan usaha harus mengesahkan usahanya. Dokumen – dokumen yang diperlukan untuk melegalkan suatu usaha di Indonesia adalah Surat Keputusan yang diberikan oleh Kementerian Hukum & HAM, Surat Ijin Perdagangan (SIUP), akta pendirian, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP), ada juga dokumen yang diperlukan, tetapi tergantung kepada jenis perusahaan yang akan bergerak dibidang apa.

Berikut adalah prosedur yang harus dilakukan ketika membuat sebuah perusahaan CV, yaitu :

1. Pembookingan & pengecekan nama perusahaan oleh notaris.

Sebelum pembuatan draft akta perusahaan notaris akan mengecek di sistem yang bernama Administrasi Hukum Umum (AHU).

2. Pembuatan Draft Akta Perusahaan oleh notaris.

Proses ini merupakan proses pengumpulan data – data perusahaan yang diajukan oleh calon pemilik perusahaan, data – data yang harus ada antara lain adalah nama dari perusahaan CV, alamat domisili perusahaan, maksud & tujuan didirikannya usaha tersebut.

3. Finalisasi Dengan Mentandatangani Akta Perusahaan di Depan Notaris.

Setelah draft akta perusahaan sudah sesuai dengan persyaratan, maka calon pemilik perusahaan akan menandatangani akta perusahaan didepan notaris. Sekutu aktif dan sekutu pasif harus ada ketika pengesahan akta tersebut karena setelah proses tersebut notaris akan mendaftarkan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

4. Pengambilan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan Surat Keterangan Terdaftar (SKT).

Ketika NPWP & SKT perusahaan selesai didaftarkan dan sesuai dengan syarat yang sudah ditetapkan, maka akan diberikan kartu NPWP & SKT yang diberikan oleh Kantor Pelayanan Pajak (KPP)

5. Melakukan Pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB).

Yang dimaksud dengan Nomor Induk berusaha atau yang disingkat NIB adalah nomor pengenal bagi pelaku usaha, yang pendaftarannya dilakukan melalui sistem *Online Single Submission* (OSS).

6. Pengajuan Izin Komersial & Izin Usaha

Izin Usaha merupakan penggantian dari Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang sebelumnya merupakan syarat dokumen perizinan usaha yang dikeluarkan oleh Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP). Sebelum melakukan izin komersial, para pelaku usaha harus mengajukan izin usaha terlebih dahulu.