

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini perkembangan bisnis di Indonesia sudah sangat berkembang. Dari berbagai daerah di Indonesia mempunyai suatu ciri khas yang dapat dikembangkan dan dijadikan sumber bisnis. Semakin banyak pula pengusaha yang berasal dari kalangan muda mulai merintis bisnis dengan berbagai macam ide kreatif serta inovasi dan tentunya mengikuti perkembangan zaman. Ide kreatif tersebut bisa dituangkan kedalam bisnis dengan tujuan untuk menarik minat para pelanggan. Bisnis tersebut tidak dapat terlepas dari akomodasi, pelayanan transportasi, *catering*, penyedia jasa atau biasa dikenal dengan *outsourcing*, dan masih banyak lagi. Kemudian target pasarnya juga di sesuaikan, mulai dari kaum milenial, anak dibawah umur, hingga cukup usia pun dapat merasakan bisnis tersebut.

Berbicara bisnis, tidak akan jauh dengan sebuah pelayanan. Pelayanan adalah sebuah aspek berupa kualitas jasa yang sangat penting dalam sebuah bisnis. Jasa pelayananpun tidak bisa terlepas dari sebuah persaingan antar perusahaan penyedia jasa yang sejenis. Baik dan buruknya sebuah pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan akan berpengaruh pada nama perusahaan itu sendiri. Maka dari itu, sebuah kualitas pelayanan harus sangat di perhatikan, karena ini sangatlah penting. Saat ini bisnis yang sudah banyak dikenal, banyak diminati dan dibutuhkan oleh semua orang adalah Bisnis *Laundry*. Dari setiap *laundry* yang sudah ada berusaha untuk melakukan inovasi baru dan berusaha memperoleh kepercayaan dari setiap pelanggan, caranya adalah dengan mengemukakan kualitas yang terbaik. Setiap

pelanggan pasti menginginkan sebuah pelayanan yang maksimal dan sesuai dengan apa yang di harapkan, akan lebih bagus jika melebihi harapan pelanggan itu sendiri. Tapi akan menjadi suatu masalah jika tidak cepat direspon dengan baik oleh penyedia jasa dan dapat menyebabkan masalah yaitu kurang percayanya kepercayaan pelanggan terhadap penyedia jasa. Beberapa masalah yang sering terjadi pada bisnis *laundry* yaitu jika pelanggan sudah percaya dengan salah satu penyedia jasa *laundry*, pelanggan tersebut akan terus memakai jasa tersebut. Hal ini terjadi karena pelayanan dan kualitas yang diberikan mungkin lebih baik dari *laundry* lainnya. Namun bukan hal itu saja yang di butuhkan oleh pelanggan, tetapi penyedia jasa *laundry* harus bisa memberikan rasa nyaman ketika pelanggan berada di lokasi, keramah – tamahan dari semua karyawan terhadap pelanggan, lengkapnya semua peralatan, harga yang bervariasi, kecepatan dalam melayani pelanggan, serta pihak penyedia jasa harus mampu memberikan informasi yang akurat dan merespon dengan cepat jika terjadi suatu masalah.

Masalah tersebut perlu diperhatikan dan harus cepat ditangani oleh pihak penyedia jasa *laundry* agar mendapatkan respon positif dari pelanggan. Ada pepatah mengatakan bahwa “Pembeli adalah raja”. Hal ini benar – benar terjadi pada masalah ini. Pihak penyedia jasa harus memberikan semua yang dibutuhkan oleh pelanggan. Namun jika pihak penyedia jasa menyepelekan hal ini akan terjadi dampak negatif bagi perusahaan seperti penurunan profit, bahkan pelanggan tetap bisa sampai pergi dari penyedia jasa tersebut lalu pindah ke pihak penyedia jasa sejenis lain yang lebih baik.

Menurut Lupiyoadi, Rambat (2013), hasil survey membuktikan bahwa tidak semua konsumen yang kecewa terhadap pelayanan dengan senang hati

menyampaikan keluhannya. Artinya, meski mereka tidak menyampaikan keluhannya, bukan berarti secara otomatis dianggap puas. Kenyataannya, justru

96% konsumen yang tidak puas secara diam-diam beralih ke jasa pesaing. Hal ini sesuai dengan temuan dari TARP (*Technical Assistance Research Programme*) di Washington D.C. yaitu diamnya konsumen merupakan sinyal buruk bagi perusahaan. Karena 4% yang menyampaikan keluhan biasanya adalah mereka yang benar – benar setia pada jasa perusahaan.

Penghuni apartemen adalah target market utama untuk bisnis ini. Karena menurut data yang penulis dapatkan lewat survey, banyak sekali masyarakat khususnya penghuni apartemen yang sibuk karena sebagian besar mereka sudah bekerja, mereka memiliki aktivitas serta kegiatan setiap harinya dan tentu tidak memiliki banyak waktu untuk mencuci pakaian mereka, meski terlihat sederhana aktivitas mencuci pakaian kotor membutuhkan waktu dan tenaga ekstra mulai dari membilas, mencuci, menjemur hingga menyetrika dan melipat. Maka dari itu penulis berencana untuk membangun sebuah bisnis *laundry* agar dapat membantu mengatasi masalah tersebut. Namun target pasar untuk bisnis ini tidak hanya untuk penghuni apartemen saja, melainkan masyarakat sekitar pun mulai dari mahasiswa, karyawan dan keluarga bisa ikut merasakannya. Terdapat 2 jenis layanan yang diberikan oleh *Star Wash Laundry*, diantaranya adalah pelayanan reguler yang diberikan kepada konsumen dimana konsumen menyerahkan pakaiannya untuk dicuci oleh karyawan kami dengan varian pewangi yang diinginkan cukup dengan menunggu saja, kemudian karyawan kami akan menjemput dan juga mengantarkan pakaiannya kembali dengan aman kepada konsumen. Jenis layanan yang kedua bisa dinikmati oleh penghuni apartemen bahkan masyarakat sekitar yang memiliki

waktu untuk mencuci karena kami juga menyediakan layanan *self service* di *Star Wash Laundry* ini. Sambil menunggu pakaiannya selesai, konsumen bisa menunggu dengan santai di area *lobby* yang telah kami sediakan. Yang tentunya ruangan tersebut sudah di desain semenarik mungkin dan juga terdapat beberapa fasilitas seperti wifi, televisi agar konsumen tidak bosan dan jenuh ketika menunggu pakaiannya selesai. Hal ini bisa dimanfaatkan oleh pihak penyedia jasa *laundry* dan tentunya dapat menguntungkan kedua belah pihak antara penghuni apartemen, masyarakat sekitar dan pihak penyedia jasa.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Menurut Samosir (2014), usaha *laundry* adalah usaha yang bergerak di bidang jasa cuci dan setrika. *Laundry* dapat juga diartikan sebagai kegiatan mencuci pakaian atau bahan tekstil lainnya. Saat ini *laundry* merupakan sebuah bisnis yang sudah dikenal, banyak diminati dan cukup menarik untuk dapat dikembangkan. *Laundry* bisa ditemukan dimanapun.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Menurut Sularko (2008 : 6) “Fungsi Logo dalam suatu perusahaan adalah untuk membantu membedakan suatu produk dengan produk lainnya (kompetitor)”. Logo dan nama bisnis yang sering disebut *corporate identity* atau *brand identity* adalah alat agar mempermudah suatu pemasaran yang signifikan dan menjadi suatu identitas sebuah bisnis. Logo dan nama perusahaan harus memiliki kerangka dasar dan filosofi yang bertujuan mempunyai sifat berdiri sendiri dan citra yang membuat orang lain terkesan.

Logo bisnis yang mempunyai suatu ciri khas dalam warna maupun bentuk dapat lebih mudah dikenal dan diingat oleh visual atau penglihatan.

Dalam rencana bisnis ini penulis akan memberi nama “Star Wash Laundry”. *Star Wash* di ambil dari karya fiksi “Star Wars” yaitu sebuah film yang diproduksi oleh *Lucas Film* yang dimana *film* tersebut sangat diminati dan digemari oleh masyarakat secara global. Sehingga maksud dari pengambilan kata *Star Wars* adalah ingin terciptanya usaha *laundry* yang bernuansa film tersebut sehingga ini menjadi suatu hal yang unik dan menjadi usaha *laundry* dengan konsep yang berbeda dari *laundry* pada umumnya. Tujuannya adalah konsumen bisa mendapatkan pengalaman tak terlupakan juga hal baru yang di dapatkan dari bisnis ini. Selain itu, Star Wash Laundry mempunyai tagline yaitu, “I Wish You Wash Here” . Yang berarti kami pihak penyedia jasa laundry mengharapkan para pelanggan untuk mencuci pakaiannya di laundry kami. Sekaligus ingin mengajak dan mempersembahkan sebuah *laundry* yang memiliki konsep unik, dan berbeda dari *laundry* pada umumnya. Dengan harapan banyak pelanggan yang akan menjadi pelanggan tetap dengan pelayanan yang akan kami berikan.

GAMBAR 2.1 LOGO STAR WASH LAUNDRY



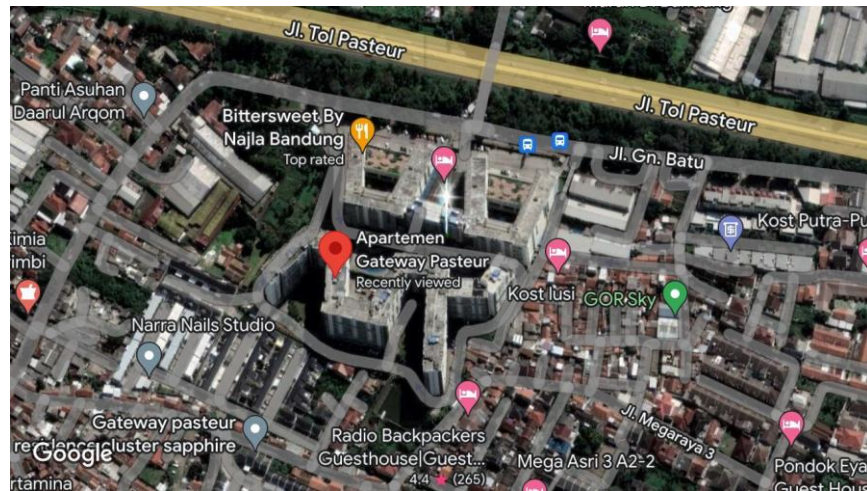
Sumber : Olahan penulis, 2022

Arti dan makna dalam logo :

“Star” yang berarti bintang, “Wash” yang berarti cuci. Yang dimana *Star Wash Laundry* ini ingin memberikan pelayanan dan kualitas yang berbintang kepada pelanggan. Dengan konsep yang berbeda dari *laundry* pada umumnya, sehingga pelanggan akan mengingat *star wash laundry* itu sebagai bintang terbaik dalam pelayanan jasa *laundry*. Nama *Star Wash Laundry* sendiri dikelilingi oleh berbagai gambar untuk memberikan ciri khas *laundry* pada logo tersebut.

3. Identitas Bisnis (Kontak dan alamat perusahaan)

GAMBAR 1.3 LOKASI STAR WASH LAUNDRY



Sumber : Olahan penulis, 2022

Lokasi dari *Star Wash Laundry* berada di dalam ruko Apartemen Gateway Pasteur, Sukaraja, Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat, Kode Pos 40163. Lokasi ini sangat strategis karena terletak di hunian apartemen dan akses yang mudah dijangkau. Alasan penulis memilih apartemen gateway sebagai objek bisnis plan ini dikarenakan target utama

untuk bisnis ini adalah penghuni apartemen dan masyarakat sekitar. Selain itu apartemen gateway ini sangat luas, sehingga cocok untuk dijadikan tempat bisnis. Dan biaya sewa tempat pun terjangkau.

Untuk kontak yang dapat dihubungi biasa melalui berbagai macam media sosial sebagai berikut :

Telepon : 089656275517

Gmail : Starwashlaundryy@gmail.com

Instagram : starwash_laundryy

C. Visi dan Misi

Star Wash Laundry menjadi salah satu usaha dibidang pelayanan yang berkomitmen untuk memberikan fasilitas dan pelayanan yang berkualitas agar konsumen merasa nyaman dan puas dengan konsep yang baru dan berbeda sehingga konsumen mendapatkan pengalaman baru yang unik dengan kualitas yang terbaik. Fasilitas yang akan diberikan tentunya akan membuat pelanggan merasa nyaman, kemudian pelayanan yang akan kami berikan merupakan pelayanan yang berkualitas seperti hotel berbintang. Berikut Visi dan Misi dari *Star Wash Laundry* :

Visi

Menjadikan perusahaan *laundry* dengan konsep yang berbeda dengan ditunjang teknologi modern yang dapat menciptakan pencucian pakaian rapi, bersih dan wangi.

Misi

1. Membuat konsep yang menarik dan berbeda untuk segi pelayanan dan *packaging* dengan *laundry* pada umumnya, sehingga pelanggan dapat mengingat dan tertarik dengan *Star Wash Laundry*.
2. Selalu memperbaharui semua mesin agar operasional berjalan lancar dan memberikan kualitas yang terbaik.
3. Menjadikan pengguna jasa *laundry* adalah pelanggan loyal dengan memberikan kepedulian, kehangatan, kesopanan dan keramah – tamahan dalam layanan.

D. Analisis Peluang dan Hambatan (SWOT)

Menurut pendapat Kotler & Armstrong (2008:64), analisis SWOT ialah penilaian menyeluruh kepada kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan dan bisnis. Analisis ini diperlukan untuk memilih beberapa strategi yang ada di dalam perusahaan. Salah satunya yang kita bahas ialah strategi promosi dan penempatan produk. Berikut adalah analisis SWOT dari bisnis “*Star Wash Laundry*”.

TABEL 1.1 ANALISIS SWOT

Kekuatan (<i>Strengths</i>)	<ul style="list-style-type: none">• Memiliki desain konsep yang berbeda dari jasa <i>laundry</i> pada umumnya.• Dengan mempunyai teknologi yang modern berupa mesin keluaran terbaru, mesin berkapasitas besar dapat
-------------------------------	---

	<p>memberikan hasil yang memuaskan untuk pelanggan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Letak <i>laundry</i> yang strategis dan mudah dijangkau. • Memiliki <i>packaging</i> yang unik. • Memiliki jenis layanan reguler dan <i>self service</i>.
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Area kerja yang kurang luas. • Harga yang relatif mahal karena menggunakan <i>supplies</i> yang premium. • Memerlukan daya listrik yang tinggi serta instalasi air yang baik. • Peralatan dan mesin – mesin yang mahal.
Peluang (<i>Opportunities</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Membuka lahan pekerjaan untuk masyarakat. • Memperkenalkan konsep <i>laundry</i> yang unik melalui <i>website</i> dan media sosial. • Menjadi terobosan baru dalam konsep <i>laundry</i> yang berbeda.
Ancaman (<i>Threats</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Konsep usaha <i>laundry</i> yang mudah ditiru oleh pesaing. • Banyaknya pesaing usaha sejenis yang

	sudah berdiri sejak lama dan mempunyai nama besar dan konsumen yang tetap.
--	--

Sumber : Olahan penulis, 2022

E. Spesifikasi Produk dan Jasa

Spesifikasi dapat berarti sebagai uraian yang terperinci mengenai persyaratan kinerja (*performance*) barang/jasa atau uraian yang terperinci mengenai persyaratan kualitas material dan pekerjaan yang diberikan penyedia (*conformance*) barang/jasa. Berikut adalah spesifikasi Produk dan Jasa *Star Wash Laundry* :

Star Wash Laundry berada di kawasan apartemen yang cukup besar di Kota Bandung yang dimana usaha ini menjadi kebutuhan khusus bagi para penghuni apartemen juga masyarakat di lingkungan sekitar. *Star Wash Laundry* memiliki luas 126 m² dengan panjang 18 m dan lebar 7 m. *Star Wash Laundry* ini memiliki berbagai fasilitas penunjang dengan ukuran sebagai berikut.

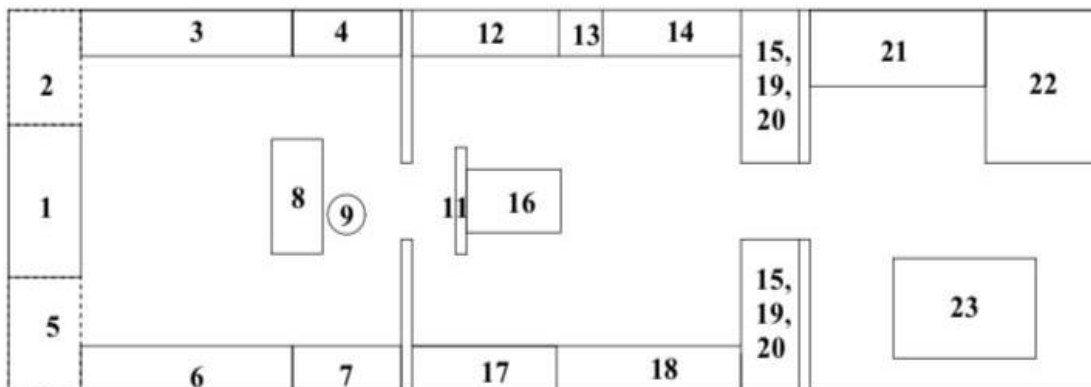
TABEL 1.2 FASILITAS DAN UKURAN STAR WASH LAUNDRY

Fasilitas	Ukuran				Keterangan
	Luas	Panjang	Lebar	Tinggi	
Luas keseluruhan area	126 m ²	18 m	7 m	3 m	
Luas area kerja	5 m ²	2,5 m	2 m	3 m	
Rak dan gantungan baju	-	200 cm	250 cm	200 cm	
Lemari dan peralatan	-	170 cm	100 cm	170 cm	
Mesin cuci	-	90 cm	72 cm	110 cm	Kapasitas

					tabung 25 kg
Mesin <i>drying tumbler</i>	-	120 cm	95 cm	150 cm	Kapasitas tabung 23 kg
Meja melipat dan menyetrika	-	140 cm	56 cm	80 cm	
Meja <i>checking</i> dan <i>marking</i>	-	130 cm	75 cm	80 cm	
Lemari <i>chemical</i>	-	170 cm	100 cm	170 cm	

Sumber : Olahan penulis, 2022

GAMBAR 1.4 LAYOUT STAR WASH LAUNDRY



Sumber : Olahan penulis, 2022

Keterangan :

1. Pintu
2. *Display* pakaian
3. Ruang tunggu
4. Rak pakaian
5. *Display* pakaian

6. Ruang tunggu
7. Rak pakaian dan *hanger*
8. Meja kerja
9. Kursi
10. Tempat penerimaan pakaian
11. *Extra display*
12. Tempat pengecekan dan penandaan pakaian
13. Tempat penyimpanan *chemical*
14. Wastafel
15. Mesin Cuci
16. Tempat menyetrika dan melipat pakaian
17. Rak penyimpanan pakaian
18. Tempat sortir pakaian
19. Mesin *dry tumbler*
20. Tempat penyimpanan peralatan laundry
21. Toilet

Star Wash Laundry sendiri memiliki 4 buah mesin cuci dengan merk *LG* berkapasitas 25 kg, 2 mesin *drying tumbler* merk *Bosch* berkapasitas 23 kg, 1 set komputer untuk proses pendataan pelanggan, 1 unit motor untuk layanan *delivery* dan juga 1 buah *handphone* untuk operasional bisnis. *Star Wash Laundry* memiliki pewangi yang bervariasi agar pelanggan dapat memilih pewangi apa yang mereka suka dan inginkan. Pada saat proses pengecekan pakaian, karyawan kami akan menanyakan pewangi apa yang akan di pilih oleh pelanggan. Contohnya seperti wangi sakura, lavender, black coffee, vanilla dll. Data pewangi yang dipilih oleh pelanggan

akan kami masukan kedalam komputer, agar jika kedepannya pelanggan itu kembali mencuci di *laundry* kami, datanya sudah ada dan tinggal melakukan proses pencucian dengan cepat. Rencananya bisnis ini juga akan bekerja sama dengan sebuah aplikasi bernama 1010dry, aplikasi tersebut dapat di *download* oleh pelanggan melalui playstore. Aplikasi tersebut bisa membantu para pelanggan mengecek pakaian yang mereka cuci di *laundry* kami sudah sampai mana proses pencuciannya. Caranya adalah dengan memasukan nama *laundry* kami dan letak lokasi *laundry*, lalu aplikasi tersebut akan otomatis menunjukan proses pencuciannya. Sama hal nya seperti aplikasi tracking pada sebuah paket. Dengan adanya aplikasi ini semoga dapat memudahkan para pelanggan memantau pakaiannya. Kemudian *laundry* kami juga bisa mengantarkan pakaian yang sudah selesai ke tempat tujuan pelanggan.