

BAB 1

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Perkembangan pariwisata di Kawasan Puncak Cianjur, akomodasi perhotelan menjadi pilihan bagi wisatawan dan pebisnis untuk melakukan pertemuan bisnis atau hanya sekedar untuk istirahat. Meningkatnya akomodasi hotel yang ada di kawasan Puncak Cianjur dan sekitarnya membuat jasa pencucian linen sangat dibutuhkan. Dikarenakan biaya pembuatan dan biaya *maintanace laundry* yang sangat memakan biaya, hampir semua hotel di Kawasan Puncak Cianjur tidak memiliki *In House Laundry*. Sehingga mereka melakukan pencucian linen hotel mereka melalui pihak ketiga.

Penulis melihat peluang besar dalam mendirikan bisnis laundry komersial yang melayani pencucian linen hotel. Bisnis ini dirancang sebagai layanan jasa yang berorientasi pada profit. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, penulis menyusun perencanaan bisnis yang terstruktur dan strategis. Rencana bisnis adalah rencana -rencana bisnis yang akan dijalankan yang berisikan terget bisnis, serta keseluruhan operasional. *KatharoClean Laundry* dapat menjadi suatu solusi bagi hotel-hotel di Kawasan Puncak Cianjur dan sekitarnya untuk membantu mencuciakan linen dengan cepat, bersih, harga terjangkau dan tidak perlu mengeluarkan biaya untuk membuat laundry *in house* ataupun *maintenance*.

Penulis telah melakukan wawancara dengan para *Executive Housekeeper* di Kawasan Puncak Cianjur yang terdiri dari 3 hotel yaitu:

1. Bapak M. Taufik sebagai *Laundry manager* di Le eminence Hotel Convention dan Resort.
2. Bapak Pulloh sebagai *Executive Housekeeper* di Palace Hotel Cipanas.
3. Bapak Frans sebagai *Executive Housekeeper* di Grand Aston.

Setelah melakukan wawancara, penulis akan menyajikan data hasil wawancara sebagai berikut:

Table 1.1
Hasil Wawancara para Pakar

No	Pertanyaan	Jawaban		
		Hotel		
		Grand Aston	Le Eminence	Palace Hotel
1.	Apa saja standar kualitas yang harus dipenuhi oleh penyedia layanan laundry linen untuk memenuhi ekspektasi hotel?	Kualitas yang baik, tidak boleh terdapat <i>spot</i> , dan <i>Wrinkle</i> .	Kebersihan linen, standar tempat yang bersih, linen yang rapih dan lembut.	Bersih fresh dan tidak berbau.
2.	Apa faktor utama yang menentukan keberhasilan dalam bisnis laundry linen hotel?	Tantangan terbesar Harga yang terjangkau Timing yang penting, dikirim tepat waktu dan dijemput tepat waktu.	Konsistensi <i>pick up deliver</i> yang tepat waktu.	Tempat penampilan kualitas serta harga.

Sumber : Olahan Penulis 2024

Table 1.1 Lanjutan
Hasil Wawancara para Pakar

3.	Apa saja aspek penting yang harus dipertimbangkan dalam pengaturan logistik layanan laundry (seperti antar-jemput linen) untuk hotel?	Disediakan layanan logistic masing-masing hotel.	Layanan antar jemput.	Tepat waktu, keamanan baran, jumlah linen yang sesuaia saat pengembalian.
4.	Bagaimana tren permintaan untuk layanan laundry linen outsourcing di kalangan hotel saat ini?	Jarak yang tidak terlalu jauh.	Banyak yang membutuhkan karena tidak semua hotel memiliki <i>in house laundry</i> .	Banyak yang membutuhkan.
5.	Apa strategi yang menurut Anda efektif dalam menjaga kepuasan klien hotel terkait kualitas layanan laundry yang diberikan?	Kualitas, Tepat waktu, jika terdapat damage diberitahu kepada pihak hotel.	Harga yang terjangkau, kualitas yang baik.	Menjaga kualitas dengan baik.
6.	Bagaimana Anda melihat peluang bisnis laundry linen hotel di daerah dengan tingkat okupansi musiman, seperti kawasan Puncak?	Peluang yang besar.	Peluang yang besar, jika bisa dengan laundry guest juga.	Peluang yang sangat besar jika tetap focus dan jika bisa tambah laundry biasa dan karpet.

Sumber : Olahan Penulis 2024

Berdasarkan data di atas penulis mendapatkan bahwa setelah melakukan wawancara dengan para Pakar terdapat beberapa saran mengenai usaha bisnis yang ingin penulis dirikan. Data tersebut dijadikan penulis sebagai dasar membuat bisnis *KatharoClean Laundry* ini.

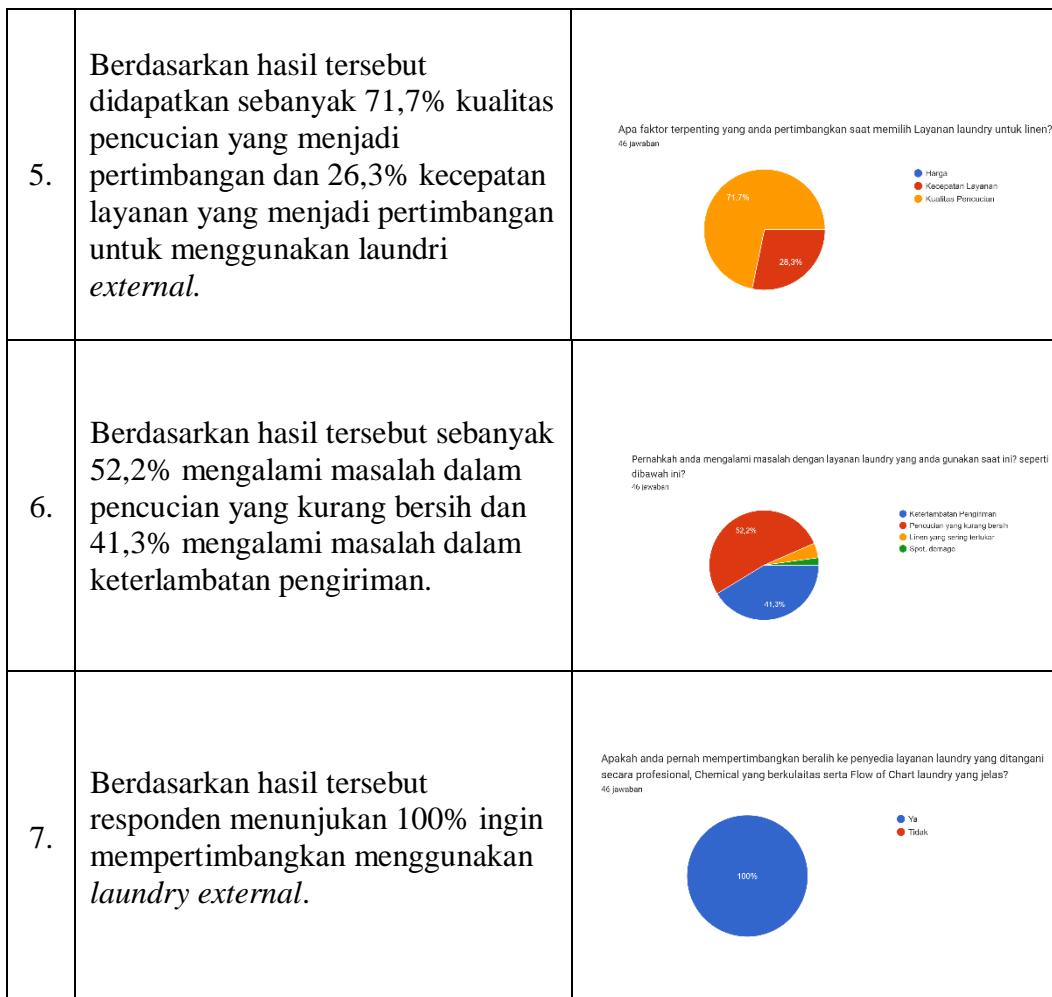
Selain itu penulis juga melakukan tes market dengan cara menyebarkan kuesioner berikut adalah hasil olahan data tersebut:

Table 1.2

Hasil Tes Market

No	Penjelasan	Hasil Pertanyaan										
1.	Dari hasil disamping dapat dilihat 45,7% responden melakukan pencucian tergantung dengan tingkat <i>Occupancy</i> Hotelnya.	<p>Seberapa sering Hotel/Penginapan anda melakukan pencucian linen? 46 jawaban</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Tergantung tingkat hunian</td> <td>45.7%</td> </tr> <tr> <td>1-2 kali</td> <td>21.7%</td> </tr> <tr> <td>3-4 kali</td> <td>32.6%</td> </tr> <tr> <td>0 kali atau lebih</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Tergantung tingkat hunian	45.7%	1-2 kali	21.7%	3-4 kali	32.6%	0 kali atau lebih	0%
Kategori	Persentase											
Tergantung tingkat hunian	45.7%											
1-2 kali	21.7%											
3-4 kali	32.6%											
0 kali atau lebih	0%											
2.	Berdasarkan hasil tersebut sebanyak 68,7% mendapatkan masalah ketika menggunakan jasa laundry External mengenai waktu penyelesaian dan 41,3% mengeluhkan kualitas pencucian.	<p>Apa yang menjadi tantangan terbesar yang anda hadapi dalam pencucian linen hotel? 46 jawaban</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Waktu Penyelesaian</td> <td>58.7%</td> </tr> <tr> <td>Kualitas kebersihan</td> <td>41.3%</td> </tr> <tr> <td>Biaya</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Waktu Penyelesaian	58.7%	Kualitas kebersihan	41.3%	Biaya	0%		
Kategori	Persentase											
Waktu Penyelesaian	58.7%											
Kualitas kebersihan	41.3%											
Biaya	0%											
3.	Berdasarkan hasil tersebut sebanyak 52,2% memilih waktu penyelesaian pencucian kurang dari 24 jam dan 47,8% memilih waktu penyelesaian lebih dari 24 jam.	<p>Berapa lama waktu yang biasanya dibutuhkan untuk mendapatkan kembali linen yang dicuci? 46 jawaban</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Kurang dari 24 jam</td> <td>52.2%</td> </tr> <tr> <td>24-48 jam</td> <td>47.8%</td> </tr> <tr> <td>Lebih dari 48 jam</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Kurang dari 24 jam	52.2%	24-48 jam	47.8%	Lebih dari 48 jam	0%		
Kategori	Persentase											
Kurang dari 24 jam	52.2%											
24-48 jam	47.8%											
Lebih dari 48 jam	0%											
4.	Berdasarkan hasil tersebut sebanyak 62,2% kadang-kadang mengalami masalah pencucian dan sebanyak 34,8% sering mengalami masalah pencucian.	<p>Apakah anda pernah mengalami masalah terkait pencucian linen, seperti kerusakan atau keterlambatan? 46 jawaban</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sering</td> <td>3.0%</td> </tr> <tr> <td>Kadang-kadang - kadang</td> <td>62.2%</td> </tr> <tr> <td>Tidak pernah</td> <td>34.8%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Sering	3.0%	Kadang-kadang - kadang	62.2%	Tidak pernah	34.8%		
Kategori	Persentase											
Sering	3.0%											
Kadang-kadang - kadang	62.2%											
Tidak pernah	34.8%											

Sumber : Olahan Penulis 2024

Table 1.2 Lanjutan***Hasil Tes Market***

Sumber : Olahan Penulis 2024

Hasil olahan data diatas menyatakan bahwa mereka membutuhkan *Laundry Linen Hotel* di Kawasan Puncak Cianjur untuk mempermudah mereka dalam pencucian linen dengan keungulan dengan lokasi yang dekat, kualitas pencucian yang baik. Dengan tidak adanya pesaing didalam kawasan ini, hal ini menciptakan suatu peluang dan potensi dengan didukung oleh para Pakar dalam menciptakan bisnis *KatharoClean Laundry*.

Setalah melihat hasil observasi diatas, penulis menyadari bahwa bisnis laundry yang akan penulis buat mempunyai kesempatan yang besar untuk didirikan.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

KatharoClean Laundry menghadirkan layanan laundry linen hotel berkualitas tinggi dengan standar profesional, memastikan proses pencucian yang cepat, efisien, dan optimal untuk mendukung kebutuhan operasional hotel. *Commercial Laundry* adalah layanan pencucian dan perawatan linen yang dilakukan oleh perusahaan atau penyedia jasa khusus, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan industri seperti hotel, restoran, rumah sakit, dan fasilitas komersial lainnya. Menurut pengamatan penulis, tidak semua hotel memiliki *in-house laundry*, karena pembuatan yang memerlukan investasi yang cukup besar untuk mesin, karyawan serta *maintenance*, sehingga banyak yang menyerahkan kepada *outsourcing* atau pihak ketiga.

Maka dari itu, Alasan tersebutlah yang membuat penulis melihat peluang dan potensi untuk mendirikan bisnis ini. *KatharoClean Laundry* menjadi salah satu *alternative* bagi pengusaha hotel dan penginapan di Kawasan Puncak Cianjur untuk melayani pencucian linen dengan cara yang professional dan sesuai dengan standar.

2. Logo Perusahaan

Logo adalah identitas visual yang mencerminkan karakter sebuah perusahaan, mempermudah pengenalan oleh masyarakat maupun mitra bisnis. KatharoClean Laundry menghadirkan logo dengan makna mendalam yang

mencerminkan nilai dan visi perusahaan.

Gambar 1.1

Logo KatharoClean Laundry



Sumber : olahan kreasi penulis, 2024

KatharoClean adalah nama yang diambil dari 2 Bahasa yaitu Yunani dan Inggris dimana *Katharo* yang berarti “bersih” dan *Clean* berarti “bersih”. Adapun makna yang lebih mendalam dari nama tersebut ialah dengan kedua kata bersih dengan berbeda Bahasa mengartikan bahwa usaha ini sangat mengutamakan kebersihan linen dimana dalam halnya laundry ini sangat memerhatikan dalam hal kebersihan dimulai dari mesin yang akan dipakai serta linen yang telah dicuci sesuai dengan standar pencucian yang benar.

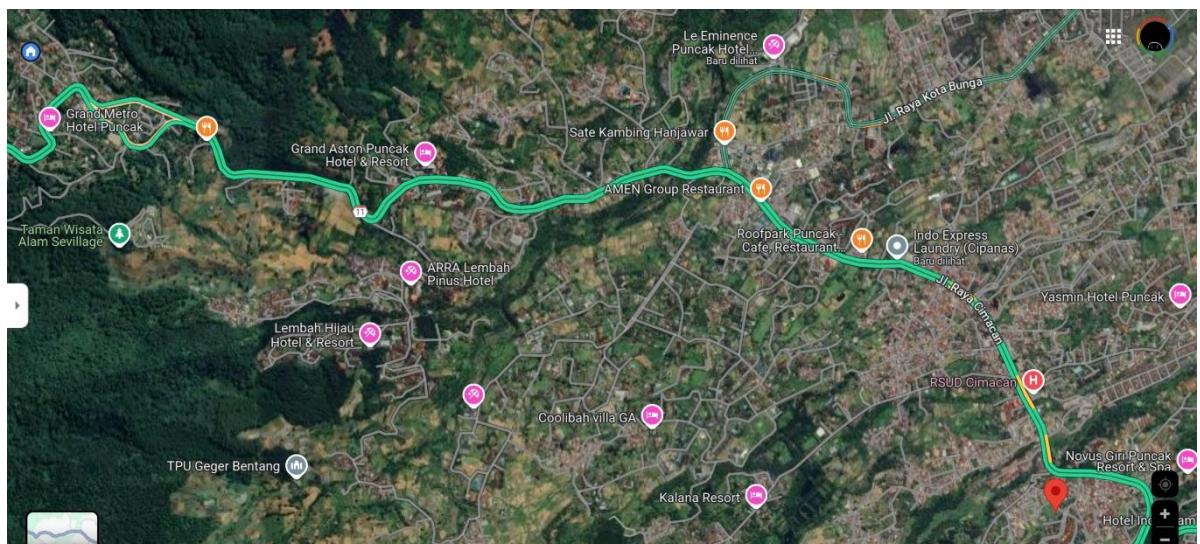
Adapun makna gambar mesin dalam logo sendiri yaitu menandakan bahwa *KatharoClean Laundry* menggunakan mesin yang berkualitas dan sesuai dengan standar. Gambar lipatan linen dilogo sendiri memiliki makna bahwa *KatharoClean Laundry* melipat linen sesuai dengan standar hotel.

3. Identitas Bisnis

Memilih lokasi bisnis merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam memulai suatu bisnis. Selain memastikan lokasi usaha berada di area strategis, penulis juga harus memperhatikan faktor penting lainnya, seperti kualitas sumber air dan standar upah minimum yang berlaku di wilayah tersebut.

Gambar 1.2

Lokasi Usaha *KatharoClean Laundry*



Sumber : Google maps 2024

Dengan lokasi yang berada di area strategis, di Jl. Nasional 11 58 Puncak Cianjur, Gadog, Kec. Pacet, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 43253. Dengan lokasi yang dapat sangat mudah dijangkau faktor ini merupakan salah satu keunggulan dari *KatharoClean Laundry*. Serta lokasi yang berada ditengah – tengah Kawasan hotel seperti hanya sekitar 10 menit ke Le Eminence, 15 menit ke The Palace hotel dan 25 menit ke Hotel Grand Aston, Hotel Bukit Indah, Hotel Metro serta Puncak Pass.

C. Visi dan Misi

Untuk mengembangkan dan memajukan suatu bisnis, diperlukan sebuah visi yang akan menjadi fokus kesuksesan suatu bisnis dan memiliki misi yang ditujukan untuk mencapai sebuah visi yang besar. *KatharoClean Laundry* sendiri sendiri mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

- Visi
 - Menjadikan laundry yang terbaik dan Professional dibidang pencucian linen di Kawasan Puncak Cianjur.
- Misi
 - Melakukan proses pencucian linen dengan SOP yang sudah terukur.
 - Memiliki mesin yang berkualitas serta menggunakan *Chemical* yang benar.
 - Mengedepankan kualitas, pelayanan dan kepuasan konsumen.

D. Analisis SWOT

Table 1.3

Analisis SWOT KatharoClean Laundry

KEKUATAN <i>(STRENGTHS)</i>	KELEMAHAN <i>(WEAKNESS)</i>
1. Pelayanan yang professional. 2. Lokasi yang strategis. 3. Kualitas pencucian yang baik. 4. Pelayanan antar jemput.	1. Penyediaan barang yang mahal. 2. <i>Maintenance</i> yang memakan biaya yang tinggi. 3. Nama perusahaan yang belum dikenal luas.

Table 1.3 Lanjutan*Analisis SWOT KatharoClean Laundry*

PELUANG (OPPORTUNITIES)	ANCAMAN (THREATS)
<p>1. Laundry <i>commercial</i> linen hotel pertama dikawasan Puncak Cianjur.</p> <p>2. Proses pencucian yang berkualitas.</p> <p>3. Membuka lapangan pekerjaan baru.</p>	<p>1. Bisnis yang mudah ditiru.</p> <p>2. Pesaing <i>Laundry</i> komersial yang lebih murah.</p> <p>3. Fluktuasi hunian kamar di Kawasan Puncak Cianjur.</p>

Sumber : Olahan penulis, 2024

E. Spesifikasi Produk/Jasa

KatharoClean Laundry menyediakan layanan laundry komersial untuk pencucian linen hotel dengan standar profesional, memastikan proses yang cepat dan optimal. Kami menawarkan tiga jenis layanan utama sebagai berikut:

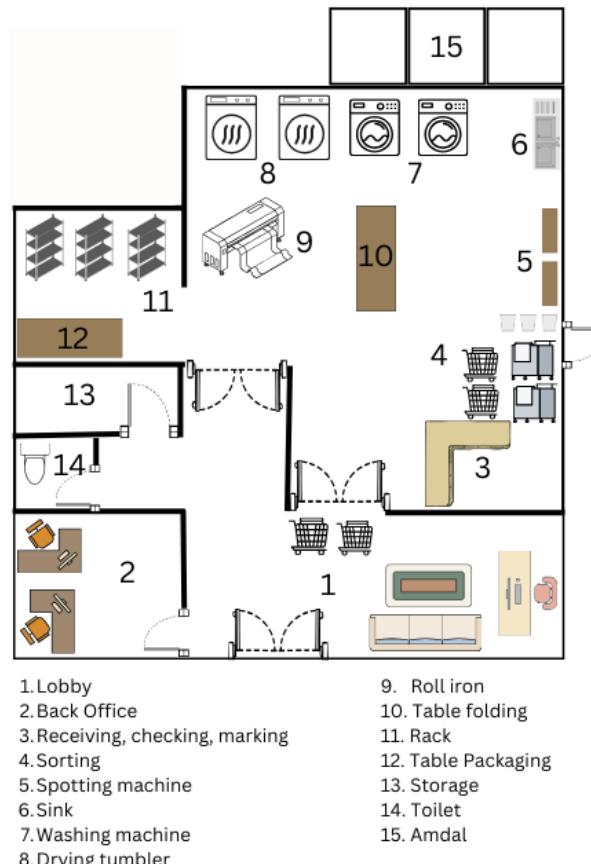
1. *Oneday Service*, *oneday service* adalah dimana pelayanan pencucian regular yang akan diselesaikan dalam waktu 24 jam.
2. *Sameday Service*, dimana pelayanan ini akan diselesaikan dalam waktu 12 jam. *KatharoClean Laundry* menyediakan layanan ini untuk hotel yang membutuhkan pencucian linen dengan waktu yang lebih cepat dari pencucian regular dan *KatharoClean Laundry* akan mengutamakan

linen tersebut.

3. *Specialized service*, dimana pelayanan ini dimaksudkan untuk linen hotel yang perlu treatment lebih seperti *Curtain* dan lain – lain.

Gambar 1.3

Layout KatharoClean Laundry



Sumber : Olahan penulis 2024

F. Jenis / Badan Usaha

KatharoClean Laundry dalam mengoprasikan bisnis ini. Terdapat beberapa jenis badan usaha seperti PT, Firma, CV dan lain -lain. *KatharoClean Laundry* sendiri memilih unutuk menentukan CV sebagai

suatu bandan usaha. Menurut Gunawan Widjaja (2017) CV adalah bentuk badan usaha yang tidak berbadan hukum dimana terdapat sekutu komplementer yang bertanggung jawab penuh atas utang perusahaan, dan sekutu komanditier yang hanya bertanggungjawab sebesar modal yang disetorkan.

G. Aspek Legalitas

Aspek legalitas mengacu pada bisnis yang didirikan dalam bidang apapun dan diakui secara hukum melalui pendirian CV di Indonesia, khususnya di Kecamatan Gadog, Kabupaten Cianjur, sesuai dengan Peraturan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) Nomor 17 Tahun 2018.

Berikut adalah syarat pembuatan CV:

1. Pembuatan AKTA pendirian CV.
2. Pengurusan SKDP (Surat Keterangan Domisili Perusahaan).
3. Pengurusan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).
4. Pengurusan NIB (Nomor Izin Berusaha).

**Gambar 1.4
BMC**

<h3>KatharoClean Laundry</h3> <p>Pencucian khusus linen Hotel</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Key Partners</th><th>Key Activities</th><th>Value Propositions</th><th>Customer Relationships</th><th>Customer Segments</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> Strategic Allience no competitors <ul style="list-style-type: none"> - Supplier Chemical. - Supplier alat - alat. - Hotel. </td><td> <ul style="list-style-type: none"> Problem solving <ul style="list-style-type: none"> - Pencucian linen Hotel. - Antar jemput linen. </td><td> <ul style="list-style-type: none"> Customization <ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan pencucian linen sesuai kebutuhan hotel. Getting the Job Done <ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan antara jemput. Performance <ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan Chemical dan Mesin yang berkualitas. Price <ul style="list-style-type: none"> - Harga yang terjangkau. </td><td> <ul style="list-style-type: none"> Personal Assistance <ul style="list-style-type: none"> - Penawaran khusus dan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing hotel. - Layanan 24 jam. - Diskon dan prioritas layanan. </td><td> <ul style="list-style-type: none"> Diversified market <ul style="list-style-type: none"> - Hotel - hotel dikawasan Puncak Cianjur. </td></tr> <tr> <td colspan="5"> Key Resources <ul style="list-style-type: none"> Physical asset <ul style="list-style-type: none"> - Mesin laundry - Peralatan mencuci Human <ul style="list-style-type: none"> - Washer, Mangler. Financial <ul style="list-style-type: none"> - Bank - Tabungan </td></tr> <tr> <td colspan="5"> Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> Model kendali : Cost Driven Model ekonomis : Economic of Scope (Hulu ke Hilir) Komponen Pembayaan : <ol style="list-style-type: none"> Fixed Cost <ul style="list-style-type: none"> - Gaji karyawan. - Penyusutan Mesin. - Pajak bangunan dan kendaraan. - Biaya listrik, air dan maintenance. Variable Cost <ul style="list-style-type: none"> - Chemical dan Kemasan. </td></tr> <tr> <td colspan="5"> Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> Fixed Pricing <ul style="list-style-type: none"> - Pencucian per linen - Pencucian sesuai kebutuhan (<i>One day, Sameday, Special service</i>) </td></tr> <tr> <td colspan="5"> Channels <ul style="list-style-type: none"> Direct <ul style="list-style-type: none"> - Website, Media social. Channels Phase <ul style="list-style-type: none"> - Awareness : Tahap awal menggunakan media social (Instagram, WhatsApp). - Evaluation : ulasan dan rating di website - Purchase : Direct message melalui media social(Instagram, WhatsApp).. - Delivery : pelayanan antar jemput. </td></tr> </tbody> </table>	Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments	<ul style="list-style-type: none"> Strategic Allience no competitors <ul style="list-style-type: none"> - Supplier Chemical. - Supplier alat - alat. - Hotel. 	<ul style="list-style-type: none"> Problem solving <ul style="list-style-type: none"> - Pencucian linen Hotel. - Antar jemput linen. 	<ul style="list-style-type: none"> Customization <ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan pencucian linen sesuai kebutuhan hotel. Getting the Job Done <ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan antara jemput. Performance <ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan Chemical dan Mesin yang berkualitas. Price <ul style="list-style-type: none"> - Harga yang terjangkau. 	<ul style="list-style-type: none"> Personal Assistance <ul style="list-style-type: none"> - Penawaran khusus dan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing hotel. - Layanan 24 jam. - Diskon dan prioritas layanan. 	<ul style="list-style-type: none"> Diversified market <ul style="list-style-type: none"> - Hotel - hotel dikawasan Puncak Cianjur. 	Key Resources <ul style="list-style-type: none"> Physical asset <ul style="list-style-type: none"> - Mesin laundry - Peralatan mencuci Human <ul style="list-style-type: none"> - Washer, Mangler. Financial <ul style="list-style-type: none"> - Bank - Tabungan 					Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> Model kendali : Cost Driven Model ekonomis : Economic of Scope (Hulu ke Hilir) Komponen Pembayaan : <ol style="list-style-type: none"> Fixed Cost <ul style="list-style-type: none"> - Gaji karyawan. - Penyusutan Mesin. - Pajak bangunan dan kendaraan. - Biaya listrik, air dan maintenance. Variable Cost <ul style="list-style-type: none"> - Chemical dan Kemasan. 					Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> Fixed Pricing <ul style="list-style-type: none"> - Pencucian per linen - Pencucian sesuai kebutuhan (<i>One day, Sameday, Special service</i>) 					Channels <ul style="list-style-type: none"> Direct <ul style="list-style-type: none"> - Website, Media social. Channels Phase <ul style="list-style-type: none"> - Awareness : Tahap awal menggunakan media social (Instagram, WhatsApp). - Evaluation : ulasan dan rating di website - Purchase : Direct message melalui media social(Instagram, WhatsApp).. - Delivery : pelayanan antar jemput. 				
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments																										
<ul style="list-style-type: none"> Strategic Allience no competitors <ul style="list-style-type: none"> - Supplier Chemical. - Supplier alat - alat. - Hotel. 	<ul style="list-style-type: none"> Problem solving <ul style="list-style-type: none"> - Pencucian linen Hotel. - Antar jemput linen. 	<ul style="list-style-type: none"> Customization <ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan pencucian linen sesuai kebutuhan hotel. Getting the Job Done <ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan antara jemput. Performance <ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan Chemical dan Mesin yang berkualitas. Price <ul style="list-style-type: none"> - Harga yang terjangkau. 	<ul style="list-style-type: none"> Personal Assistance <ul style="list-style-type: none"> - Penawaran khusus dan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing hotel. - Layanan 24 jam. - Diskon dan prioritas layanan. 	<ul style="list-style-type: none"> Diversified market <ul style="list-style-type: none"> - Hotel - hotel dikawasan Puncak Cianjur. 																										
Key Resources <ul style="list-style-type: none"> Physical asset <ul style="list-style-type: none"> - Mesin laundry - Peralatan mencuci Human <ul style="list-style-type: none"> - Washer, Mangler. Financial <ul style="list-style-type: none"> - Bank - Tabungan 																														
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> Model kendali : Cost Driven Model ekonomis : Economic of Scope (Hulu ke Hilir) Komponen Pembayaan : <ol style="list-style-type: none"> Fixed Cost <ul style="list-style-type: none"> - Gaji karyawan. - Penyusutan Mesin. - Pajak bangunan dan kendaraan. - Biaya listrik, air dan maintenance. Variable Cost <ul style="list-style-type: none"> - Chemical dan Kemasan. 																														
Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> Fixed Pricing <ul style="list-style-type: none"> - Pencucian per linen - Pencucian sesuai kebutuhan (<i>One day, Sameday, Special service</i>) 																														
Channels <ul style="list-style-type: none"> Direct <ul style="list-style-type: none"> - Website, Media social. Channels Phase <ul style="list-style-type: none"> - Awareness : Tahap awal menggunakan media social (Instagram, WhatsApp). - Evaluation : ulasan dan rating di website - Purchase : Direct message melalui media social(Instagram, WhatsApp).. - Delivery : pelayanan antar jemput. 																														
<h3>KatharoClean Laundry</h3> <p>Pencucian khusus linen Hotel</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Key Partners</th><th>Key Activities</th><th>Value Propositions</th><th>Customer Relationships</th><th>Customer Segments</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> Strategic Allience no competitors <ul style="list-style-type: none"> - Supplier Chemical. - Supplier alat - alat. - Hotel. </td><td> <ul style="list-style-type: none"> Problem solving <ul style="list-style-type: none"> - Pencucian linen Hotel. - Antar jemput linen. </td><td> <ul style="list-style-type: none"> Customization <ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan pencucian linen sesuai kebutuhan hotel. Getting the Job Done <ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan antara jemput. Performance <ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan Chemical dan Mesin yang berkualitas. Price <ul style="list-style-type: none"> - Harga yang terjangkau. </td><td> <ul style="list-style-type: none"> Personal Assistance <ul style="list-style-type: none"> - Penawaran khusus dan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing hotel. - Layanan 24 jam. - Diskon dan prioritas layanan. </td><td> <ul style="list-style-type: none"> Diversified market <ul style="list-style-type: none"> - Hotel - hotel dikawasan Puncak Cianjur. </td></tr> <tr> <td colspan="5"> Key Resources <ul style="list-style-type: none"> Physical asset <ul style="list-style-type: none"> - Mesin laundry - Peralatan mencuci Human <ul style="list-style-type: none"> - Washer, Mangler. Financial <ul style="list-style-type: none"> - Bank - Tabungan </td></tr> <tr> <td colspan="5"> Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> Model kendali : Cost Driven Model ekonomis : Economic of Scope (Hulu ke Hilir) Komponen Pembayaan : <ol style="list-style-type: none"> Fixed Cost <ul style="list-style-type: none"> - Gaji karyawan. - Penyusutan Mesin. - Pajak bangunan dan kendaraan. - Biaya listrik, air dan maintenance. Variable Cost <ul style="list-style-type: none"> - Chemical dan Kemasan. </td></tr> <tr> <td colspan="5"> Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> Fixed Pricing <ul style="list-style-type: none"> - Pencucian per linen - Pencucian sesuai kebutuhan (<i>One day, Sameday, Special service</i>) </td></tr> <tr> <td colspan="5"> Channels <ul style="list-style-type: none"> Direct <ul style="list-style-type: none"> - Website, Media social. Channels Phase <ul style="list-style-type: none"> - Awareness : Tahap awal menggunakan media social (Instagram, WhatsApp). - Evaluation : ulasan dan rating di website - Purchase : Direct message melalui media social(Instagram, WhatsApp).. - Delivery : pelayanan antar jemput. </td></tr> </tbody> </table>	Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments	<ul style="list-style-type: none"> Strategic Allience no competitors <ul style="list-style-type: none"> - Supplier Chemical. - Supplier alat - alat. - Hotel. 	<ul style="list-style-type: none"> Problem solving <ul style="list-style-type: none"> - Pencucian linen Hotel. - Antar jemput linen. 	<ul style="list-style-type: none"> Customization <ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan pencucian linen sesuai kebutuhan hotel. Getting the Job Done <ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan antara jemput. Performance <ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan Chemical dan Mesin yang berkualitas. Price <ul style="list-style-type: none"> - Harga yang terjangkau. 	<ul style="list-style-type: none"> Personal Assistance <ul style="list-style-type: none"> - Penawaran khusus dan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing hotel. - Layanan 24 jam. - Diskon dan prioritas layanan. 	<ul style="list-style-type: none"> Diversified market <ul style="list-style-type: none"> - Hotel - hotel dikawasan Puncak Cianjur. 	Key Resources <ul style="list-style-type: none"> Physical asset <ul style="list-style-type: none"> - Mesin laundry - Peralatan mencuci Human <ul style="list-style-type: none"> - Washer, Mangler. Financial <ul style="list-style-type: none"> - Bank - Tabungan 					Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> Model kendali : Cost Driven Model ekonomis : Economic of Scope (Hulu ke Hilir) Komponen Pembayaan : <ol style="list-style-type: none"> Fixed Cost <ul style="list-style-type: none"> - Gaji karyawan. - Penyusutan Mesin. - Pajak bangunan dan kendaraan. - Biaya listrik, air dan maintenance. Variable Cost <ul style="list-style-type: none"> - Chemical dan Kemasan. 					Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> Fixed Pricing <ul style="list-style-type: none"> - Pencucian per linen - Pencucian sesuai kebutuhan (<i>One day, Sameday, Special service</i>) 					Channels <ul style="list-style-type: none"> Direct <ul style="list-style-type: none"> - Website, Media social. Channels Phase <ul style="list-style-type: none"> - Awareness : Tahap awal menggunakan media social (Instagram, WhatsApp). - Evaluation : ulasan dan rating di website - Purchase : Direct message melalui media social(Instagram, WhatsApp).. - Delivery : pelayanan antar jemput. 				
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments																										
<ul style="list-style-type: none"> Strategic Allience no competitors <ul style="list-style-type: none"> - Supplier Chemical. - Supplier alat - alat. - Hotel. 	<ul style="list-style-type: none"> Problem solving <ul style="list-style-type: none"> - Pencucian linen Hotel. - Antar jemput linen. 	<ul style="list-style-type: none"> Customization <ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan pencucian linen sesuai kebutuhan hotel. Getting the Job Done <ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan antara jemput. Performance <ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan Chemical dan Mesin yang berkualitas. Price <ul style="list-style-type: none"> - Harga yang terjangkau. 	<ul style="list-style-type: none"> Personal Assistance <ul style="list-style-type: none"> - Penawaran khusus dan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing hotel. - Layanan 24 jam. - Diskon dan prioritas layanan. 	<ul style="list-style-type: none"> Diversified market <ul style="list-style-type: none"> - Hotel - hotel dikawasan Puncak Cianjur. 																										
Key Resources <ul style="list-style-type: none"> Physical asset <ul style="list-style-type: none"> - Mesin laundry - Peralatan mencuci Human <ul style="list-style-type: none"> - Washer, Mangler. Financial <ul style="list-style-type: none"> - Bank - Tabungan 																														
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> Model kendali : Cost Driven Model ekonomis : Economic of Scope (Hulu ke Hilir) Komponen Pembayaan : <ol style="list-style-type: none"> Fixed Cost <ul style="list-style-type: none"> - Gaji karyawan. - Penyusutan Mesin. - Pajak bangunan dan kendaraan. - Biaya listrik, air dan maintenance. Variable Cost <ul style="list-style-type: none"> - Chemical dan Kemasan. 																														
Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> Fixed Pricing <ul style="list-style-type: none"> - Pencucian per linen - Pencucian sesuai kebutuhan (<i>One day, Sameday, Special service</i>) 																														
Channels <ul style="list-style-type: none"> Direct <ul style="list-style-type: none"> - Website, Media social. Channels Phase <ul style="list-style-type: none"> - Awareness : Tahap awal menggunakan media social (Instagram, WhatsApp). - Evaluation : ulasan dan rating di website - Purchase : Direct message melalui media social(Instagram, WhatsApp).. - Delivery : pelayanan antar jemput. 																														