

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini bisnis yang ada di daerah kota Bandung cukup di minati oleh banyak orang contohnya seperti bisnis *laundry*, dari mulai kalangan bawah, menengah sampai kalangan atas saling bersaing untuk membangun sebuah bisnis. Dikarenakan beberapa orang tidak ingin menjadi seorang pekerja dibawah suatu manajemen. Maka dari itu mereka lebih memilih membangun sebuah bisnis. Bisnis yang dibuat juga harus disesuaikan dengan minat dan kebutuhan para pelanggan. Bisnis terbagi dalam beberapa kategori seperti jasa pelayanan, penyedia jasa atau yang biasa disebut *outsourcing*, dan masih banyak yang lainnya. Lalu untuk target pasarnya disesuaikan dengan jenis jasa tersebut.

Bisnis yaitu suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang tentunya dibutuhkan oleh masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba. Bisnis selalu terhubung dengan sebuah pelayanan. Pelayanan adalah sebuah aspek jasa yang memberikan kualitas terbaik yang kita miliki untuk membuat konsumen merasa puas, ini merupakan hal yang sangat penting bagi suatu bisnis. Dalam sebuah bisnis pastinya terdapat persaingan antara perusahaan bisnis atau jasa yang serupa. Maka dari itu penyedia jasa harus menciptakan inovasi baru agar menarik pelanggan dengan cara yang unik atau berbeda dari bisnis yang lain.

Berbicara mengenai bisnis, saat ini bisnis yang cukup banyak diminati oleh banyak orang adalah bisnis *laundry*, *laundry* adalah sebuah jasa yang memberikan pelayanan untuk mempermudah pelanggan dalam proses pencucian pakaian. Dari setiap *laundry* yang sudah ada berusaha untuk memberikan inovasi terbaru dan berusaha memperoleh kepercayaan dari setiap pelanggan, caranya adalah dengan mengemukakan kualitas yang terbaik, agar *laundry* tersebut mempunyai pelanggan tetap. Adapun beberapa masalah yang dapat membuat *laundry* tersebut kekurangan pelanggan adalah banyaknya kompetitor, kurangnya pelayanan yang membuat pelanggan tidak merasa puas, pakaian kurang bersih dan rapih, hasil pencucian tidak tepat waktu, pakaian tertukar atau hilang sehingga pelanggan memilih untuk mencari *laundry* yang lain, maka dari itu kita sebagai penyedia jasa harus memberikan pelayanan yang terbaik dan inovasi terbaru, dengan cara memberikan sebuah pelatihan kepada pegawai agar bisa memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar operasional prosedur di *laundry*. Inovasi terbaru yang diberikan kepada pelanggan pun harus memiliki daya tarik contohnya yaitu mulai dari pelayanan yang cepat, menyediakan berbagai macam varian pewangi sehingga pelanggan mendapat kebebasan dalam memilih pewangi pakaian, sesuai dengan selera konsumen, memberikan garansi kepada pelanggan, dan juga mempunyai pelayanan antar jemput *laundry* melalui pemesanan lewat aplikasi, untuk area apartemen tidak akan dikenakan biaya.

Didalam suatu bisnis tentu saja pernah terjadi beberapa masalah yang sangat berpengaruh terhadap bisnis tersebut. Maka dari itu seseorang

yang memiliki bisnis harus sangat memperhatikan dan menjaga bisnisnya, mulai dari kualitas jasa tersebut, pelayanan yang di berikan dan harus selalu mengembangkan bisnis tersebut. Pada bisnis *laundry* biasanya masalah yang terjadi yaitu kurangnya kebersihan, kecepatan dan hasil pencucian yang kurang memuaskan, bukan hanya itu pihak *laundry* juga harus bisa memberikan rasa nyaman, contohnya dari keramahan yang diberikan karyawan, kecepatan dalam memberikan pelayanan, memiliki tempat menunggu yang nyaman, dan bisa memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan. Jika tidak dilakukan itu semua akan berdampak buruk kepada penyedia jasa dan juga kepada kepuasan pelanggan yang dapat menyebabkan terjadinya penurunan profit, pelanggan menjadi kurang percaya terhadap pihak penyedia jasa dan pelanggan akan mencari *laundry* lain yang mempunyai kualitas yang lebih baik dari penyedia jasa tersebut. Masalah ini harus sangat diperhatikan dan harus segera ditangani oleh pemilik bisnis agar mendapatkan kesan positif dari pelanggan, maka dari itu pihak penyedia jasa harus bisa bersaing dengan pihak kompetitor agar bisnis tersebut selalu ramai dan pastinya memiliki pelanggan tetap.

Bisnis *laundry* ini rencananya akan berlokasi disebuah apartemen, karena dari hasil survey penulis, banyak masyarakat tepatnya penghuni apartemen yang tidak cukup memiliki banyak waktu untuk mencuci pakaiannya dikarenakan sibuk bekerja, para penghuni apartemen tentunya selalu memiliki aktivitas serta kegiatan setiap harinya dan tentunya sebagian besar dari penghuni apartemen tidak mempunyai banyak waktu untuk mencuci pakaian mereka, pada dasarnya hal ini terlihat sangat sederhana

tetapi aktivitas mencuci pakaian banyak menyita waktu dan tenaga ekstra mulai dari proses mencuci, menjemur, menyetrika dan melipat. Oleh karena itu penulis berencana untuk membangun bisnis *laundry* untuk membantu mengatasi permasalahan tersebut. Target pasar untuk bisnis ini tidak hanya penghuni apartemen saja, masyarakat sekitar apartemen pun dapat menggunakan jasa laundry ini.

B. Gambaran Umum Bisnis

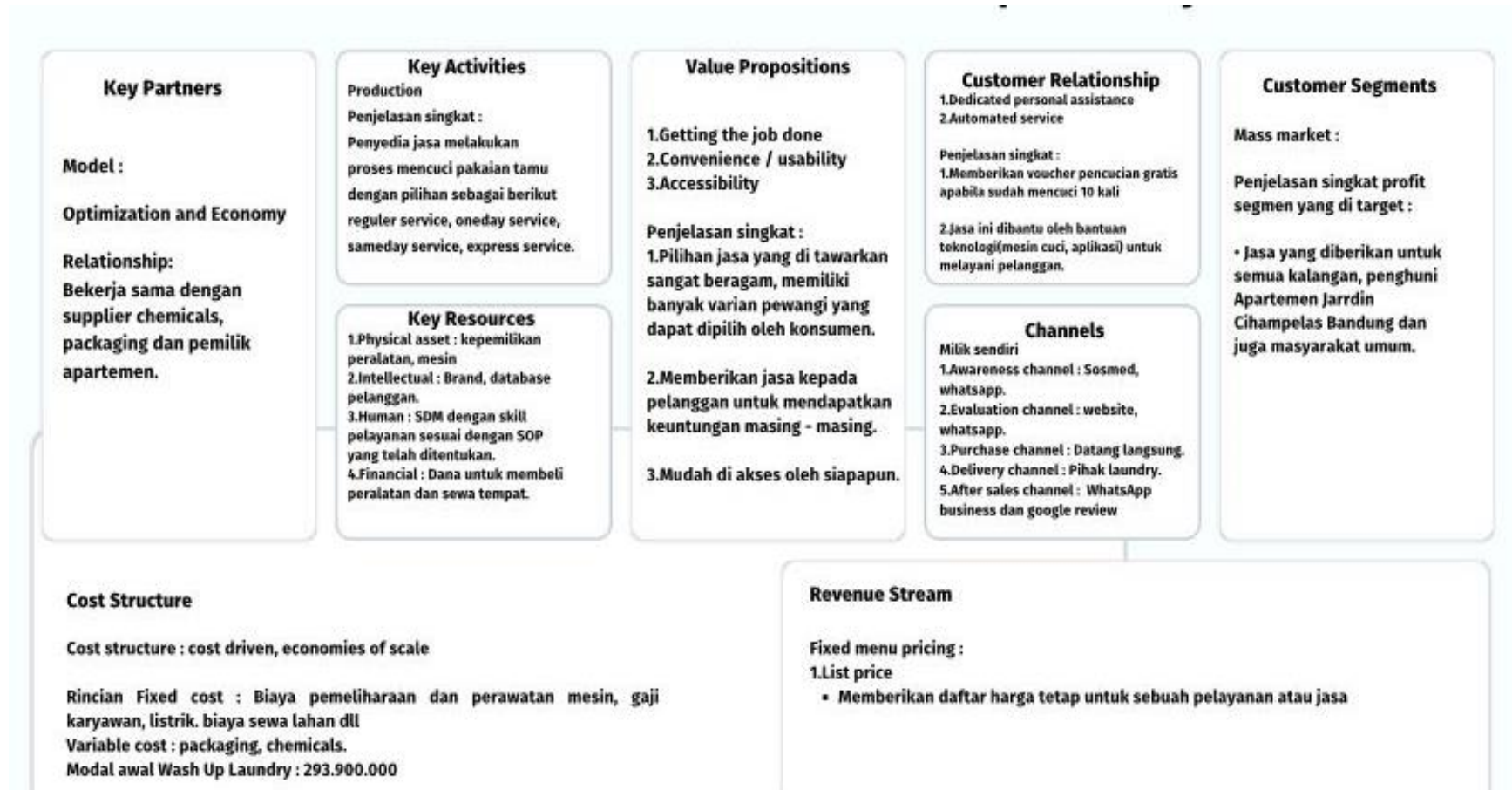
1. Deskripsi Bisnis

Wash Up laundry merupakan sebuah bisnis yang memberikan pelayanan jasa di bidang *laundry*, yang dimana pihak penyedia jasa memberikan pelayanan dalam hal mencuci pakaian. *Wash Up laundry* memiliki beberapa jenis pelayanan yaitu *Reguler Service*, *Oneday Service*, *Sameday Service* dan juga *Express Service*.

2. Deskripsi Logo dan Nama

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

Gambar 1.1 *BUSINESS MODEL CANVAS – WASH UP LAUNDRY*



Sumber : Olahan Penulis 2024

GAMBAR 1.2 LOGO WASH UP LAUNDRY



Sumber : Olahan penulis, 2024

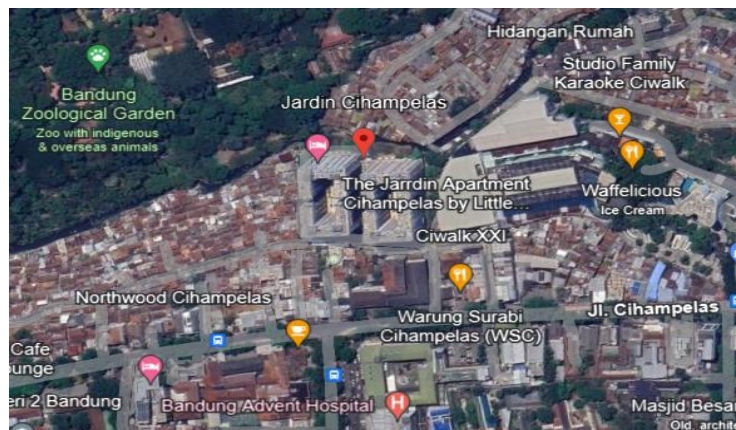
Bisnis *laundry* yang direncanakan oleh penulis akan diberi nama “*Wash Up Laundry*”. *Wash Up Laundry* mempunyai arti dan makna yaitu *wash* yang berarti mencuci dan *up* yang artinya naik atau meningkat. Sehingga maksud dari pengambilan nama *wash up laundry* adalah ingin terciptanya bisnis *laundry* teratas atau terbaik di wilayahnya dan selalu mengedepankan kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan hasil *laundry* yang maksimal. Selain itu *Wash Up Laundry* juga memiliki tagline yaitu, “*Unmatched Cleanliness!*” yang mempunyai arti kebersihan yang tidak tertandingi. Dari tagline tersebut *Wash Up Laundry* diharapkan bisa menjadi salah satu penyedia jasa *laundry* yang mengedepankan kebersihan pencucian pakaian yang tak tertandingi oleh *laundry* manapun.

Logo *Wash Up Laundry* mempunyai beberapa arti seperti :

- Gambar mesin cuci yang melambangkan layanan utama dari bisnis ini adalah *laundry*.
- Warna biru dan putih memberikan kesan bahwa *Wash Up Laundry* mengedepankan kebersihan.
- Gambar air melambangkan bahwa laundry kami menggunakan air yang jernih.

3. Identitas Bisnis

GAMBAR 1.3 LOKASI WASH UP LAUNDRY



Sumber : Olahan penulis, 2024

Lokasi dari *Wash Up Laundry* berada di sebuah ruko yang terletak di Apartemen Jarrdin Cihampelas, Cihampelas dalam no.10, Cipaganti, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat, Kode Pos 40131. Lokasi ini cukup strategis karena terletak di area hunian apartemen dan mempunyai akses yang sangat mudah di jangkau. Alasan penulis memilih apartemen jarrdin sebagai lokasi bisnis yang akan dibangun ini dikarenakan target utama untuk bisnis ini adalah para penghuni

apartemen dan masyarakat di sekitarnya. Apartemen jarrrdin ini cukup luas karena memiliki 4 tower 20 lantai dengan total 2.444 unit. Maka dari itu apartemen ini cocok untuk dijadikan tempat bisnis.

Kontak *Wash Up laundry* memiliki beberapa sosial media yang dapat di hubungi yaitu sebagai berikut :

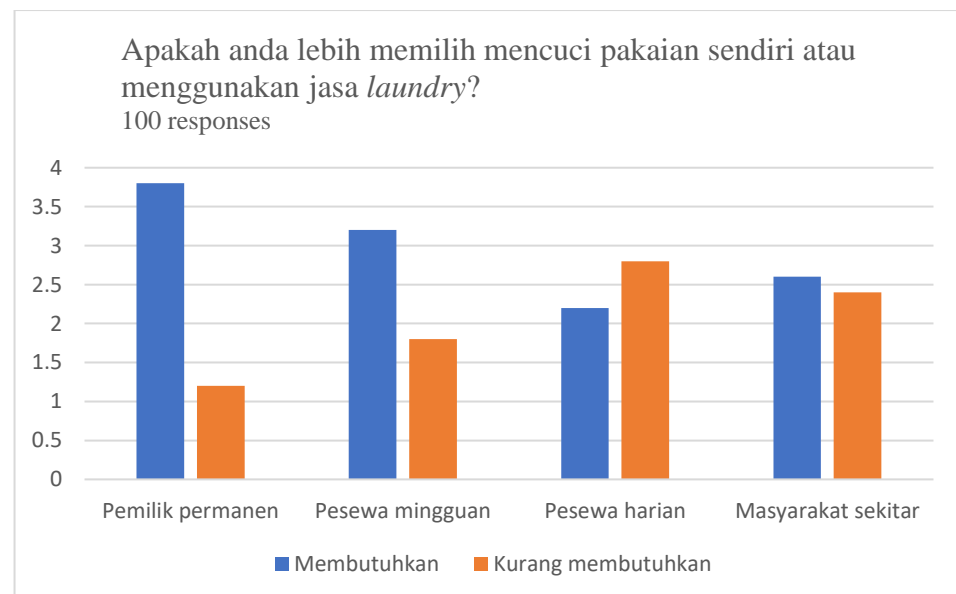
Telepon : 089616425996

Gmail : washuplaundry24@gmail.com

Instagram : washup_laundry

Berikut adalah hasil survey dari 100 responden mengenai bisnis Wash Up Laundry :

GAMBAR 1.4 ANALISIS PASAR



Sumber : Olahan penulis 2024

Dari hasil survey yang telah dilakukan dengan jumlah 100 responden, dapat dilihat ada beberapa golongan yang memilih untuk mencuci pakaiannya menggunakan jasa *laundry*.

C. Visi dan Misi

Berikut ini merupakan visi dan misi dari *Wash Up Laundry* :

Visi

Menjadi perusahaan *laundry* terpercaya di kota Bandung yang ditunjang oleh teknologi terbaru untuk menciptakan kualitas pencucian pakaian yang bersih dengan hasil yang maksimal.

Misi

1. Menggunakan mesin cuci, deterjen dan pewangi yang berkualitas
2. Memberikan pelayanan terbaik yang mengedepankan kualitas, kepuasan pelanggan dan pelayanan untuk menjaga kepercayaan pelanggan.
3. Memberikan kualitas dan pelayanan yang didasari oleh standar operasional untuk membuat pelanggan puas dan menjadi pelanggan setia.

D. SWOT Analysis

Saat ini jika ingin membangun suatu usaha tentu saja diperlukan analisis terhadap usaha yang akan dijalankan. Menurut Kotler & Armstrong (2008) “ analisis SWOT merupakan nilai keseleruhan terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) disuatu bisnis dan Perusahaan ”. Analisis ini dibutuhkan untuk menentukan beberapa strategi yang ada disuatu perusahaan. Berikut adalah analisis SWOT dari bisnis “*Wash Up Laundry*”

TABEL 1.1 ANALISIS SWOT

Kekuatan (<i>Strengths</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Menggunakan mesin berteknologi terbaru yang dapat memberikan hasil yang maksimal. ➤ Lokasi yang sangat strategis dan mudah untuk di akses. ➤ Memiliki packaging ramah lingkungan yang berbeda dari kompetitor ➤ Harga yang ditawarkan lebih murah
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Membutuhkan modal yang lumayan besar karena menggunakan mesin yang cukup mahal ➤ Memerlukan daya listrik yang tinggi. ➤ Area kerja yang tidak cukup luas
Peluang (<i>Opportunities</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pada ruang lingkup apartemen banyak sekali orang – orang yang tidak memiliki banyak waktu untuk mencuci pakaiannya sendiri ➤ Target pasar yang tetap dan banyak yang membuat usaha bisnis ini cepat berkembang ➤ Dikarenakan banyaknya life style masyarakat pada saat ini yang

	menginginkan segala sesuatu lebih cepat dan mudah
Ancaman (<i>Threats</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Adanya pesaing yang lebih dulu membangun bisnis yang serupa ➤ Beberapa penghuni apartemen sudah berlangganan dengan <i>laundry</i> pesaing ➤ Jika kualitas pelayanan menurun dapat membuat para pelanggan berpindah ke laundry lain dan juga mempengaruhi reputasi dari laundry ini

Sumber : olahan penulis, 2024

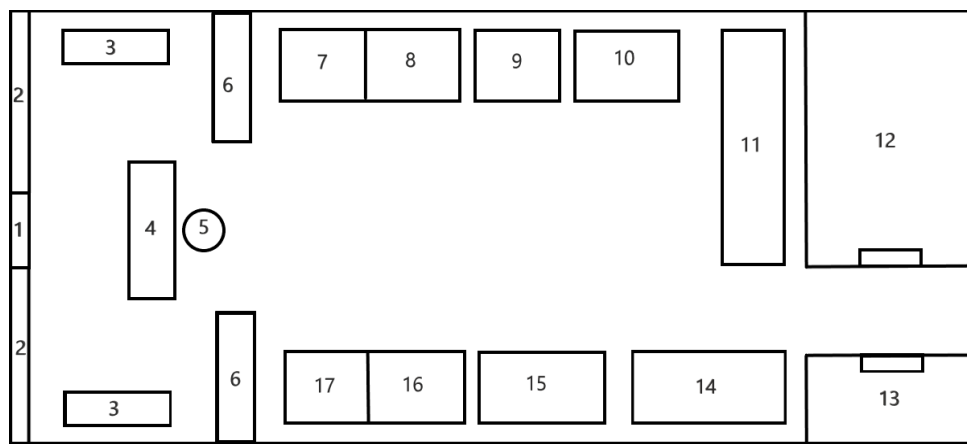
E. Spesifikasi Produk dan Jasa

Spesifikasi produk merupakan hal yang penting untuk sebuah bisnis. Dalam spesifikasi produk terdapat berbagai macam informasi agar pelanggan dapat mempertimbangkan produk tersebut dengan produk jasa lainnya. Mengapa spesifikasi produk harus dicantumkan ke dalam suatu bisnis, karena informasi tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pengguna jasa atau pelanggan. Spesifikasi juga dapat diartikan sebagai persyaratan kinerja jasa yang di dalamnya mencakup standar operasional prosedur, informasi material, metode kerja dan lainnya.

Wash Up Laundry merupakan jenis usaha yang bergerak di bidang jasa pelayanan, bisnis ini terletak di kawasan apartemen yang cukup strategis di wilayah Kota Bandung lebih tepatnya di apartemen The Jarrrdin

Cihampelas, yang dimana bisnis *laundry* ini bertujuan untuk mempermudah penghuni apartemen dan masyarakat sekitar dalam hal pencucian pakaian. *Wash Up Laundry* beroperasi dari hari Selasa hingga hari Minggu, mulai pukul 08.00 hingga pukul 17.00 yang dimana *Wash Up Laundry* libur pada hari Senin.

GAMBAR 1.5 LAYOUT WASH UP LAUNDRY



Sumber : Olahan penulis, 2024

Keterangan :

1. Pintu
2. Jendela
3. Ruang tunggu
4. Tempat penerimaan pakaian
5. Kursi
6. Rak pakaian bersih
7. Tempat penanda pakaian
8. Tempat pemilahan pakaian
9. Tempat pembersihan noda pada pakaian
10. Mesin cuci
11. Mesin cuci
12. Tempat penyimpanan *chemical* dan alat – alat
13. Toilet
14. Mesin *dry tumbler*
15. Tempat menyetrika pakaian
16. Tempat melipat pakaian

17. Tempat mengemas pakaian

Wash Up Laundry mempunyai 3 unit mesin cuci dengan merk *LG* yang berkapasitas 25 kg, 2 mesin *dry tumbler* dengan merk *Bosch* yang berkapasitas 23 kg, selain itu ada alat pendukung seperti 1 buah handphone, 1 set komputer dan 1 unit motor untuk mempermudah dan membantu jalannya operasional. *Wash Up Laundry* juga memiliki berbagai macam pewangi pakaian diantaranya seperti lavender, ocean fresh, baccarat, snappy, varian buah, varian bunga dan lainnya.

F. Jenis/Badan Usaha

Jenis badan usaha dari bisnis *Wash Up Laundry* adalah jenis perusahaan persekutuan dalam bentuk *Commanditaire Vennootschap* (CV). Pemilik badan usaha ini sepenuhnya dipegang oleh individu yang ditujukan untuk mencari keuntungan atau laba. Keuntungan usaha bisnis milik individu adalah tidak perlu perizinan yang terlalu rumit, mudah di bentuk dan keuntungan sepenuhnya milik penyedia jasa. Adapun kekurangan dalam usaha bisnis milik individu seperti keterbatasan modal bagi penyedia jasa, lahan usaha yang terbatas karena di dalam sebuah ruko apartemen dan keuntungan pada tahun pertama belum mencapai ekspektasi.

G. Aspek Legalitas

Aspek legalitas dalam sebuah bisnis adalah hal yang penting karena masuk ke dalam salah satu syarat untuk memiliki suatu badan usaha. Aspek legalitas bertujuan untuk mengesahkan suatu bisnis atau badan usaha di mata hukum dan juga masyarakat.

Untuk menjamin kelancaran aspek legalitas, CV juga mempunyai ketentuan yang berpengaruh dalam hukum dan diatur dalam undang – undang hukum dagang (KUHD) pasal 19, 20 dan 21 yang dimana ketiga pasal ini menjelaskan mengenai modal dan tanggung jawab dari setiap komanditer di dalam bisnis atau badan usaha.

Persyaratan untuk membangun CV yaitu :

- CV dapat dibangun oleh 1 orang dan maksimal 2 orang, jika dibangun oleh 2 disebut sekutu aktif dan pasif
- CV tidak mempunyai susunan komisaris
- CV harus dibangun oleh warga negara Indonesia (WNI) dan kepemilikan harus 100% warga Indonesia

Adapun persyaratan administrasi berupa beberapa dokumen yang harus dipersiapkan jika hendak mendirikan CV yaitu :

- e-KTP, NPWP dan KK dari partisipan aktif maupun pasif
- Fotokopi bukti kepemilikan tempat usaha, jika tempat usaha yang digunakan adalah sewaan berupa toko atau ruko, sertakan bukti dan dokumen persewaan
- Jika bangunan adalah kepemilikan sendiri wajib menyertakan izin mendirikan bangunan (IMB)
- Foto lokasi bisnis usaha dari luar dan dalam bangunan