

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Bisnis secara umum merupakan aktivitas yang melibatkan produksi, distribusi, dan penjualan barang atau jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Bisnis dapat berwujud usaha kecil, menengah, hingga koperasi besar, yang berfokus pada menciptakan nilai melalui penyediaan produk atau jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Bisnis merupakan bidang yang memiliki variasi luas, mencakup berbagai sektor dan industri. Dalam konteks ekonomi global yang semakin kompleks, keberagaman jenis usaha menjadi salah satu karakteristik utama. Bisnis dapat diwujudkan dalam berbagai skala, mulai dari usaha kecil yang dikelola secara mandiri hingga perusahaan besar atau multinasional yang beroperasi di berbagai wilayah didunia.

Dunia bisnis mencakup berbagai sektor yang memiliki karakteristik khas. Salah satu sektor utama adalah bisnis manufaktur, yang berorientasi pada produksi barang, seperti kendaraan, peralatan tekstil, dan elektronik. Sebaliknya, terdapat pula sektor bisnis jasa yang menyediakan layanan tanpa menghasilkan produk fisik, seperti perbankan, layanan kesehatan, pendidikan, dan pariwisata.

Bisnis ritel memiliki peran krusial dalam mendistribusikan produk langsung kepada konsumen melalui berbagai saluran, baik melalui toko fisik maupun platform *e-commerce*. Di sisi lain, bisnis teknologi dan perangkat lunak terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, menghadirkan inovasi digital yang semakin memengaruhi berbagai aspek kehidupan modern.

Bisnis jasa adalah kegiatan ekonomi yang fokus pada pemberian layanan kepada pelanggan tanpa menghasilkan produk fisik. Menurut Kotler (2000:428), jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu.

Bisnis jasa pelayanan kebersihan atau kita sering menyebutnya *Cleaning Service* adalah, adalah layanan profesional yang menyediakan tenaga kerja terlatih dalam bidang kebersihan untuk membersihkan dan merawat berbagai jenis ruangan, area dan akomodasi seperti rumah, kantor, hotel, rumah sakit, apartemen dan tempat umum lainnya. Tujuan utama dari bidang layanan ini adalah untuk menciptakan lingkungan yang bersih, rapi, nyaman dan higienis bagi penghuninya.

Bisnis jasa pembersih rumah sendiri dipopulerkan oleh *gojek* pertama kali pada tahun 2015. *Go Clean* sendiri adalah bagian dari ekosistem *gojek*, Dengan menggunakan platform digital yang sudah dikenal melalui aplikasi *Gojek*, *GoClean* memungkinkan pengguna untuk memesan layanan kebersihan rumah atau kantor secara mudah dan praktis. Seiring berjalannya waktu banyak juga pelaku bisnis mulai mengadaptasi ide dari *gojek* tersebut untuk menjadi peluang bisnis mereka.

Dengan meningkatnya kesadaran Masyarakat akan kebersihan lingkungan dan Kesehatan lingkungan, menurut Jabarprov.co.id, Tingkat kesadaran Masyarakat kota Bandung akan kebersihan sendiri sudah menunjukkan peningkatan. Bisnis jasa kebersihan menjadi salah satu peluang usaha yang menjanjikan. Banyak Perusahaan dan individu yang memilih memakai jasa *Cleaning Service* atau tenaga profesional untuk memastikan lingkungan mereka tetap bersih, rapi dan higienis.

Dengan banyaknya pembisnis yang membuat bisnis jasa layanan *cleaning service* dan besarnya peluang di bidang layanan ini, penulis pun merancang bisnis di bidang yang sama yang bernama *Swipe Up*. *Swipe up* hadir dalam permasalahan di era modern ini, gaya hidup yang serba cepat dan padat membuat banyak orang kesulitan dalam mengelola berbagai aspek kehidupan mereka, termasuk kebersihan rumah dan lingkungan sekitar. Permintaan terhadap layanan *Cleaning Service* yang praktis, efisien dan juga profesional semakin meningkat, terutama bagi masyarakat yang tinggal di perkotaan dengan rutinitas yang padat.

Perubahan hidup terutama di perkotaan menurut Kompasiana.com, mendorong individu untuk mencari Solusi praktis dalam mengelola kebersihan, Jasa *Cleaning Service* panggilan menjadi pilihan tepat bagi Masyarakat modern yang sibuk, karena layanan ini menghemat waktu dan tenaga tanpa mengorbankan kualitas kebersihan.

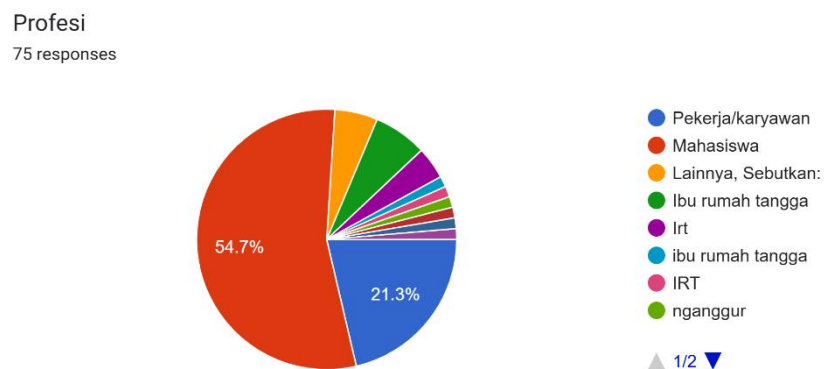
Menurut Kompas.Com bisnis layanan jasa kini mulai dilirik para pelaku usaha atau bisnis untuk memulai bisnis mereka karena dinilai dapat menghasilkan uang yang menjanjikan. Permintaan yang terus meningkat pelaku bisnis di bidang jasa harus mampu Bersaing di industri ini, penting bagi penyedia jasa untuk memiliki tenaga ahli yang terlatih dan terampil dalam bidangnya. Hal ini memastikan kualitas layanan yang memenuhi harapan pelanggan dan dapat meningkatkan kepuasan dan mendapatkan loyalitas mereka.

Di Bandung sendiri bisnis penyedia bidang jasa *Cleaning Service* peminatnya cukup tinggi. Menurut data yang didapatkan dan kuesioner yang dibuat oleh penulis dari pilihan responden, pemilih cukup tertarik akan pelayanan bidang kebersihan dan ingin menggunakan pelayanan pembersih rumah dikarenakan

kesibukan masing-masing individu yang tidak memungkinkan untuk membersihkan tempat mereka tinggal mereka secara rutin.

Oleh karena telah berubahnya kehidupan di daerah perkotaan yang semakin sibuk dan padat serta karena ekonomi perindividu yang sudah semakin naik, penulis telah melakukan survei melalui kuesioner yang telah di respon oleh 74 orang dari berbagai kalangan seperti pekerja atau karyawan, ibu rumah tangga dan mahasiswa dengan mengajukan pertanyaan seputar perawatan dan pembersihan rumah. Jika melihat dari hasil survei yang sudah di jalankan, terbukti bahwa banyak nya dari responden yang tertarik kepada jasa pelayanan *home cleaning service*.

Gambar 1. 1
PRESENTASE PROFESI RESPONDEN SWIPE UP HOME CLEANING SERVICE



Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2025

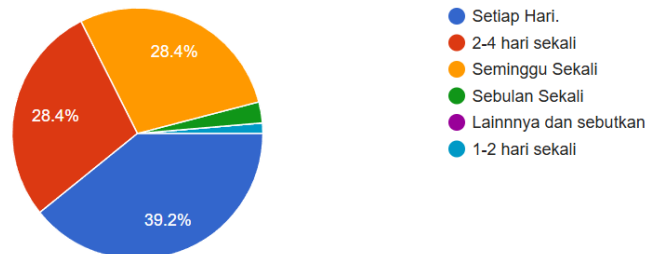
Berdasarkan diagram profesi dari 75 responden, mayoritas pengguna potensial Swipe Up Home Cleaning Service berasal dari kalangan mahasiswa (54,7%), diikuti oleh pekerja/karyawan (21,3%), dan sisanya terdiri dari ibu rumah tangga, serta kategori lainnya.

Gambar 1. 2
PRESENTASE RESPONDEN TERHADAP SEBERAPA SERING
MEREKA MEMBERSIHKAN TEMPAT TINGGAL MEREKA

Seberapa sering anda membersihkan rumah?

[Copy chart](#)

74 responses



Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2025

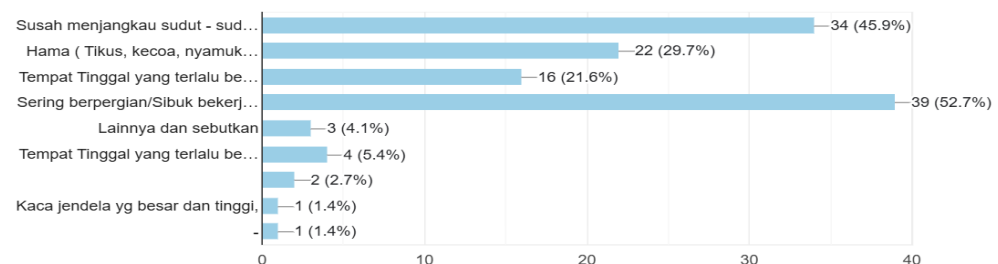
Bedasarkan hasil survei di atas, dapat dilihat bahwa responden memiliki kebiasaan membersihkan tempat mereka tinggal yang beragam dan juga penulis menggali lebih dalam tentang apa saja yang menjadi kesulitan mereka atau kendala yang mereka hadapi saat membersihkan rumah. Lalu dari hasil survei yang telah dilakukan banyak dari responden yang mengalami kendala karna kesibukan dan tidak memiliki cukup waktu untuk membersihkan rumah mereka.

Gambar 1. 3
PRESENTASE KENDALA UTAMA YANG DIHADAPI RESPONDEN
SAAT MEMBERSIHKAN RUMAH

Jika ya, apa kendala utama anda?
 (boleh pilih lebih dari satu)

[Copy chart](#)

74 responses



Sumber: Hasil olahan penulis., 2025

Bedasarkan hasil survei yang telah dilakukan, terlihat sebanyak 52,7% atau lebih dari setengah dari responden memiliki masalah yang sama yaitu tidaknya

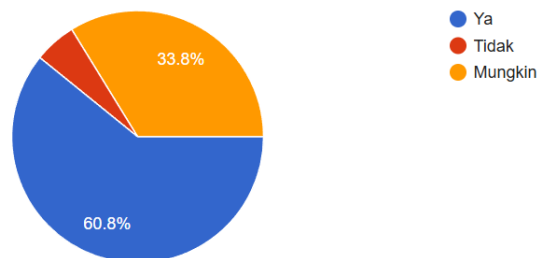
memiliki waktu yang cukup untuk membersihkan rumah mereka di karena kan sibuk. Lalu penulis juga melakukan survei tentang seberapa butuh atau tertarik nya responden terhadap jasa layanan kebersihan ini untuk membantu menyelesaikan masalah yang dialami oleh tempat tinggal dan lingkungan calon pengguna jasa ini.

Gambar 1. 4
PRESENTASE KETERTARIKAN RESPONDEN TERHADAP JASA
LAYANAN KEBERSIHAN

Apakah anda tertarik untuk menggunakan layanan Cleaning service "Swipe Up"

 [Copy chart](#)

74 responses



Sumber: Hasil olahan penulis, 2025

Berdasarkan survei di atas, dapat dilihat bahwa peminat untuk jasa bidang kebersihan ini cukup tinggi terdapat 60.8% responden tertarik pada jasa ini dan 33.8% lainnya dapat menjadi potensial *customer*; oleh karena itu bisnis ini direncanakan akan mengambil Lokasi di Bandung. Penulis juga melakukan Validasi produk pada kompetitor yaitu AbangBersihin, penulis melakukan validasi produk melalui *google form* Kepada Pak Fajar selaku Manager AbangBersihin cabang Bandung. Berikut adalah hasil dari validasi produk *Swipe Up Home Cleaning Service*:

Tabel 1. 1
VALIDASI PRODUK

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Layanan apa yang paling sering dipesan pelanggan?	Hydro Vacuum, Carpet Cleaning dan sofa cleaning, abangbersihin beulum ada layanan general home cleaning
2.	Pada hari atau waktu apa permintaan layanan biasanya paling tinggi?	Sabtu dan Minggu biasanya paling ramai, dan awal bulan cenderung tinggi permintaanya.
3.	Menrut anda, Hal apa yang paling disukai pelanggan dari layanan anda?	Kebersihan detail dan sikap ramah tim, selain itu kami bawa alat dan bahan sendiri jadi pelanggan tidak perlu repot.
4.	Jenis property apa yang paling sering anda layani?	Sebagian besar rumah pribadi dan apartment, kos juga cukup sering

Sumber: Olahan Penulis,2025

Bedasarkan Data, Survei kuesioner dan hasil validasi produk kepada kompetitor yang telah penulis dapatkan menjadi alas an penlis untuk membuat bisnis ini untuk membantu masyarakat menyelesaikan masalah yang di alami untuk membersihkan rumah mereka.

B. Gambaran Umum Bisnis

Jasa layanan kebersihan sangat di cari dan diminati diberbagai kota besar, terutama di daerah Jakarta dan Bandung. Hal ini di sebabkan oleh gaya hidup modern di perkotaan yang serba cepat dan sibuk sehingga tidak memiliki banyak waktu untuk mengelola beberapa aspek dalam hidup mereka termasuk kebersihan tempat tinggal dan lingkungan. Selain itu, meningkatnya ekonomi dan jumlah

lapangan pekerjaan saat ini membuat Masyarakat mendapatkan pendapatan yang cukup, oleh karena itu membuat mereka lebih memilih menyewa jasa *Home Cleaning Service* dikarenakan jauh lebih menghemat waktu dan tenaga tanpa mengorbankan kualitas kebersihan rumah itu sendiri. Hal tersebut membuat penulis dapat merencanakan bisnis jasa kebersihan ***“Swipe Up Home Cleaning Service”***.

1. Deskripsi Bisnis

Swipe Up Home Cleaning Service merupakan sebuah bisnis di bidang jasa kebersihan yang sedang dirancang oleh penulis. Ide ini berangkat dari latar belakang penulis sebagai mahasiswa program studi Perhotelan, khususnya Divisi Kamar, yang mendalami berbagai aspek terkait Kantor Depan (*Front Office*) dan Tata Graha (*Housekeeping*) Saya sebagai penulis yang mempelajari tata graha dan kantor depan penulis memilih tata graha dalam membuat rancangan bisnis ini, dikarenakan jasa *home cleaning service* yang memiliki banyak minat dan sesuai seperti apa yang penulis pelajari saat menempuh Pendidikan saat berkuliah. Sehubungan penulis mahasiswa yang mempelajari tentang tata graha penulis akan membuat bisnis jasa kebersihan yang baik dan mendekati standard kebersihan bisnis perhotelan.

Dalam pembuatan bisnis *Swipe up home cleaning service* ini penulis menggunakan metode pendekatan *Business Model Canva (BMC)*, dengan menggunakan pendekatan BMC, pada halaman berikutnya terlampir BMC dari *Swipe up home cleaning service*

Tabel 1. 2
BUSINESS MODEL CANVAS

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segments
Strategic Alliance: • Supplier alat dan bahan pembersih. • Platform pembayaran digital Gopay	Problem solving • Bisnis pelayanan jasa home cleaning service yang melakukan pembersihan rumah pelanggan dengan metode yang sesuai dengan standard bisnis perhotelan	Getting the job done • Swipe Up Home Cleaning service memberikan Layanan kebersihan professional dengan standard bisnis perhotelan yang dapat di pesan dengan jadwal yang flexible sesuai dengan keinginan pelanggan.	Co-Creation • Pemberian diskon setelah satu pelanggan memesan jasa Swipe up sebanyak 6 kali. • Testimoni dan rating setelah pembersihan untuk meningkatkan kepercayaan. • <i>User-Generated Content</i> (UGC) dan testimoni di media social.	Mass Market • Keluarga urban yang tinggal di perumahan atau apartemen di sekitar Jl. Setiabudi Bandung, • Mahasiswa dan penghuni kos eksklusif, • Pasangan muda dan pekerja kantoran yang sibuk dan tidak memiliki asisten rumah tangga tetap, • Pemilik properti sewa atau kos-kosan yang membutuhkan pembersihan berkala,.
	Key Resources		Channels	
	• Physical: Bangunan. • Intellectual: SOP pembersihan. • Human: Karyawan • Financial: Modal pribadi		Indirect: Pemesanan Online; <i>Social Media</i> (Whatsapp, Instagram) Channels Phase: • Awareness: Promosi <i>Social Media</i> (Instagram, Google Ads,WhatsApp) • Evaluation: Whatsapp • Purchase: WhatsApp melalui Gopay dan reservasi langsung • Delivery: Tangan ketiga, Gosend • After Sales: Review pelanggan di media sosial dan link G-form dikirim melalui Whatsapp	
Cost Structure		Revenue Streams		
• Fixed Cost: - Gaji karyawan - Biaya operasional - Biaya sewa - Listrik - Air • Variable Cost: - Chemical dan alat pembersih - Radius Fee		Fixed menu Pricing: Paket jasa layanan Swipe Up Usage Fee: Biaya tambahan jika pelanggan ingin menambah waktu pembersihan di tempat.		

Sumber: Olahan Penulis, 2025

2. Deskripsi Logo dan Nama

Ketika membuat bisnis, penting untuk menciptakan logo dan juga nama yang merepresentasi identitas bisnis. Menurut **Forbes** logo yang bagus dan nama yang mudah diingat akan dapat mempermudah pelanggan untuk memakai brand kita Kembali, yang berarti logo dan nama adalah sebuah elemen dasar yang menentukan kesuksesan awal sebuah bisnis, berikut adalah logo dari bisnis “*Swipe Up*”:

Gambar 1. 5
LOGO USAHA



Sumber: Olahan Penulis, 2025

Simbol bukan hanya sebuah simbol visual tetapi juga mencerminkan nilai, profesionalitas, dan visi bisnis yang dapat mempengaruhi Keputusan konsumen terhadap bisnis kita. Penting untuk menciptakan logo dan nama yang dapat meninggalkan Kesan menyenangkan, membangun kepercayaan serta membedakan bisnis kita di pasar.

a. Nama “Swipe Up”

Menggambarkan Gerakan ke atas, yang melambangkan kemajuan, peningkatan kualitas hidup, dan kebersihan optimal. Juga mempresentasikan layanan cepat dan efisien, seolah hanya dengan *Swipe* (Usap) semuanya langsung Bersih.

b. Warna Biru dan Hijau.

Biru: Simbol profesionalisme, kepercayaan dan kebersihan.

Hijau: Melambangkan Kesehatan, kesegaran dan ramah lingkungan.

c. Ikon Alat Pembersih Dengan Arah Ke Atas.

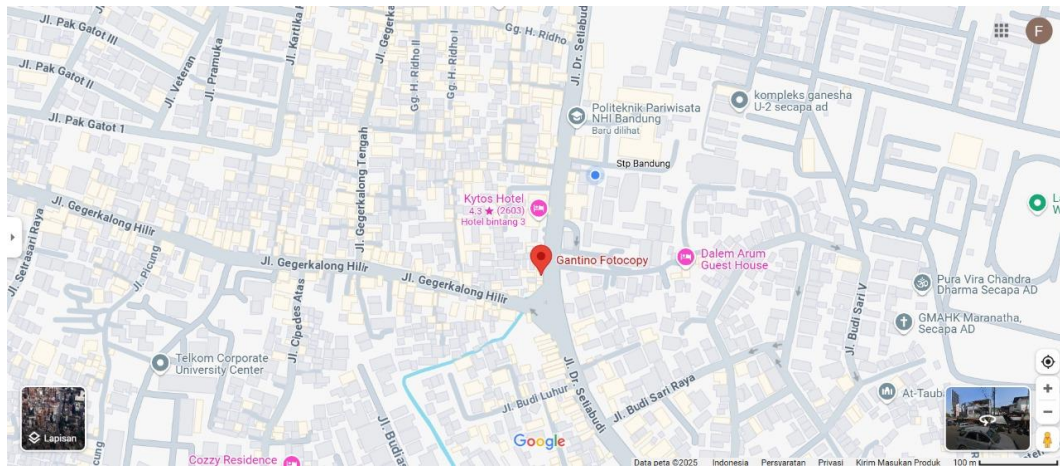
Mewakili dedikasi Perusahaan dalam menjaga standar kebersihan terbaik.

Menunjukkan pertumbuhan bisnis dan kepuasan pelanggan.

3. Identitas Bisnis (Kontak dan Alamat Perusahaan)

Lokasi bisnis sangat penting bagi kesuksesan sebuah bisnis atau Perusahaan. Lokasi strategis dapat meningkatkan keuntungan, visibilitas dan efisiensi operasional. Sebaliknya Lokasi yang tidak strategis dapat menghambat suatu usaha karena susah untuk dijangkau dan dapat tidak di kenal oleh Masyarakat, menurut (Kotler & Keller, 2016:460) “Akses yang mudah menuju lokasi bisnis dapat meningkatkan kemungkinan konsumen untuk memilih tempat usaha tersebut dibandingkan pesaing yang lokasinya lebih sulit dijangkau." Maka sebagai penulis yang sedang melakukan perencanaan bisnis saya memilih tempat yang menurut saya sesuai untuk bisnis saya. Lokasi yang saya pilih untuk bisnis saya “Swipe Up” *Home Cleaning Service* adalah yang sesuai dengan target pasar saya yaitu di daerah Jl. Dr. Setiabudi No.139, Gegerkalong, Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat, Berikut adalah lokasi dari *Swipe Up* jika dilihat dari google maps:

Gambar 1. 6
LOKASI USAHA



Sumber: Google Maps, 2025

Alasan penulis memilih Lokasi tersebut dikarenakan Lokasi tersebut dekat dengan target pasar dari bisnis ini seperti perkantoran, perumahan, pemukiman dan kos-kosan yang berada didaerah Dr. Setiabudi Bandung

C. Visi dan Misi

Visi dan Misi adalah 2 konsep yang sangat penting dalam sebuah perencanaan strategis sebuah organisasi dan bisnis. Keduanya berfungsi untuk memberikan arahan, tujuan dan focus bagi karyawan dan organisasi dalam menjalankan organisasi. Menurut teori (Nanus. B, 1992:8): Teori ini menyatakan bahwa visi adalah gambaran mental yang jelas tentang masa depan yang ingin diwujudkan oleh organisasi. Visi memberikan arahan dan inspirasi bagi anggota organisasi dalam mencapai tujuan yang lebih besar.

- Visi:

“Swipe Up” berkomitmen menjadi platform layanan kebersihan yang mudah, nyaman, dan terpercaya, dengan menjaga kebersihan melalui kualitas layanan terbaik

- Misi:
 1. Memberikan layanan kebersihan yang andal dan professional, dengan standard bisnis perhotelan yang konsisten memberikan pelayanan memuaskan.
 2. Berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang cepat, repsonsif dan ramah, memastikan setiap pelanggan merasa puas dan Kembali menggunakan layanan kami.

D. Analisis SWOT

SWOT adalah alat perencanaan strategis yang di gunakan untuk mengevaluasi berbagai factor yang dapat memengaruhi berbagai factor kinerja di sebuah bisnis, organisasi, proyek atau rencana bisnis. SWOT merupakan singkatan dari empat komponen utama yaitu: *Strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahaan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Analisis SWOT merupakan alat yang membantu organisasi memahami kondisi mereka secara lebih mendalam, termasuk faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan utama mereka. Dengan menggunakan analisis ini, organisasi dapat merancang strategi yang lebih efektif. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing elemen dalam analisis SWOT:

1. Kekuatan (*Strengths*): Faktor internal yang mendukung keberhasilan organisasi, seperti keunggulan kompetitif, kualitas produk, atau sumber daya yang dimiliki sebuah Perusahaan.
2. Kelemahan (*Weakness*): Faktor yang dapat menghambat sebuah pencapaian tujuan, seperti keterbatasan sumber daya atau proses yang tidak efisien.

3. Peluang (*Opportunities*): Faktor eksternal yang dapat di manfaatkan dan dijadikan peluang untuk memajukan dan mensukseskan organisasi.
4. Ancaman (*Threats*): Faktor eksternal yang dapat menghalangi atau merugikan organisasi, seperti pesaing yang semakin banyak atau perubahan kebijakan yang merugikan.

Analisis SWOT adalah alat efektif yang dapat membantu organisasi atau bisnis dalam merumuskan strategi yang dapat mengoptimalkan kekuatan, mengurangi kelemahan, memanfaatkan atau mencari peluang, dan menghindari ancaman. Pemahaman yang mendalam tentang analisis SWOT, termasuk faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perusahaan, dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pencapaian kesuksesan jangka panjang.

Tabel 1. 3
ANALISIS SWOT

<i>Strengths</i>	• Perusahaan jasa bidang pelayanan kebersihan yang memiliki SOP berstandar perhotelan. • Memakai produk pembersihan dan perawatan yang berkualitas tinggi. • Karyawan yang terlatih dan juga terampil dalam pekerjaan nya. • Fleksibilitas layanan dapat melayani berbagai jenis kebersihan dari rumah, kantor, kos-kosan dan apartmen.
------------------	--

<i>Weakness</i>	• Persaingan harga ketat atau lebih rendah yang di tawarkan competitor. • Pekerja yang sedikit di sebabkan oleh keterbatasan finansial di awal bisnis. • Biaya operasional tinggi termasuk pelatihan, perlengkapan kebersihan dan pemasaran.
<i>Opportunities</i>	• Lokasi yang strategis yang sesuai dengan target pasar. • Masyarakat perkotaan yang semakin sibuk dan lebih memilih jasa kebersihan professional daripada membersihkan rumah mereka sendiri. • Fleksibilitas layanan yang membuat pelanggan dapat memesan jasa sesuai kebutuhan.
<i>Threats</i>	• Persaingan dari layanan serupa. • Tingkat retensi pekerja rendah dikarenakan pekerjaan cleaning service cenderung memiliki Tingkat pergantian pekerjaan yang tinggi. • Perubahan kebiasaan konsumen misalnya lebih banyak orang bekerja dari rumah dan membersihkan

	rumah sendiri, permintaan bisa menurun.
--	---

Sumber: Hasil Olahan Penulis.

E. Spesifikasi Jasa

Bisnis *Swipe Up Home Cleaning Service* dirancang untuk memudahkan pelanggan dalam membersihkan rumah mereka dengan jadwal yang menyesuaikan jadwal pelanggan. SOP yang tepat dan karyawan yang terlatih akan membantu pelanggan dalam membersihkan area-area yang pelanggan tentukan. “*Swipe Up*” juga dapat membantu membersihkan untuk *daily cleaning* dan *periodical cleaning*. Untuk harga jasa pembersihan sudah termasuk dengan petugas yang akan bekerja, biaya pengerjaan, *Equipment* dan *Supplies*. Berikut adalah jasa yang *Swipe Up* sediakan untuk *daily cleaning* dan *periodical cleaning*:

1. *Home Basic Cleaning (Daily Cleaning)*

Untuk layanan yang satu ini *Swipe Up Home Cleaning Service* memiliki tujuan untuk menjaga dan merawat kebersihan area yang sering digunakan untuk aktivitas sehari-hari. Kegiatan yang termasuk pada layanan ini seperti menyapu dan mengepel, membersihkan permukaan *furniture* seperti meja dan kursi, membuang sampah membersihkan toilet atau dapur secara mendasar.

2. *Home Deep Cleaning (Periodical Cleaning)*

Untuk layanan yang satu ini *Swipe Up Home Cleaning Service* Memiliki tujuan untuk menjaga, merawat dan meningkatkan kualitas pembersihan jangka panjang seluruh area rumah dan benda yang biasanya nya tidak tersentuh saat *general cleaning*. Layanan ini biasanya dilakukan secara lebih intensif dan fokus pada menghilangkan kotoran, noda, debu, jamur, dan bakteri di tempat-tempat yang

sulit dijangkau atau jarang dibersihkan, *Deep cleaning* tidak hanya mencakup pembersihan permukaan, tetapi juga mencakup area tersembunyi, sehingga rumah terasa lebih bersih, sehat, dan higienis. Dan kegiatan yang akan mencakup layanan ini adalah pembersihan dapur secara menyeluruh, pembersihan ruang tamu atau area umum, kamar tidur, kamar mandi dan furniture.

3. *Toilet General Cleaning (Periodical Cleaning)*

Untuk layanan yang satu ini *Swipe Up Home Cleaning Service* akan melakukan pembersihan secara berkala dengan intensitas lebih dalam atau menyeluruh dibandingkan dengan *daily cleaning*. Dengan tujuan membersihkan area atau benda yang jarang dibersihkan, menghilangkan noda atau kotoran yang sulit dijangkau dan meningkatkan kualitas kebersihan jangka Panjang. Tujuan dan kegiatan yang akan dilakukan dalam pembersihan ini meliputi pembersihan kerak pada wastafel dan kran menggunakan cairan anti kerak, membersihkan closet menggunakan cairan khusus, membersihkan lantai, membersihkan ventilasi, menggunakan disinfektan secara menyeluruh.

4. *Sofa General Cleaning (Special Treatment)*

Layanan yang satu ini *Swipe Up Home Cleaning Service* memiliki fokus untuk membersihkan dan menghilangkan noda serta kotoran pada seluruh sofa, termasuk sela-sela, jahitan dan kerangka dari sofa serta menghilangkan bau pada sofa. Tujuan untuk pembersihan ini adalah menjaga sofa agar terlihat seperti baru, memberikan rasa nyaman pada pengguna dengan memastikan kebersihan sofa, memperpanjang umur sofa dengan merawat material pada sofa. Kegiatan yang akan dilakukan meliputi pembersihan debu dan kotoran menggunakan *vacuum cleaner*, Penghilang noda menggunakan cairan khusus misalnya noda tinta, makanan dan

minuman, pencucian atau *deep cleaning*, pengeringan penghilang bau tidak sedap dan *finishing*.

F. Jenis / badan usaha

Badan usaha menurut hukumonline.com adalah sebuah entitas yang berbasis hukum dan ekonomi, didirikan untuk menjalankan aktivitas seperti produksi, distribusi, dan penjualan barang atau jasa dengan tujuan utama meraih keuntungan. Entitas ini tunduk pada tanggung jawab hukum dan administratif yang diatur oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku. Didalam jenis badan usaha terdapat banyak jenis badan usaha dan yang biasa dipakai pebisnis baru adalah *Commanditaire Vennootschap* (CV) atau Persekutuan komanditer.

Dalam rangka membangun bisnis Swipe Up penulis memilih jenis badan usaha *Commanditaire Vennootschap* (CV) atau Persekutuan komanditer untuk bisnis ini, penulis memilih CV dengan mempertimbangkan beberapa factor yaitu fleksibilitas, kemudahan pendirian, peluang kerja sama yang luas dan biaya pendirian atau modal untuk membuat CV yang relative rendah, *Swipe Up* memilih CV sebagai bentuk badan usaha yang paling sesuai. Pilihan ini memungkinkan bisnis ini berkembang dengan lebih cepat, professional, dan tetap memiliki kendali penuh dalam operasionalnya.

G. Aspek Legalitas

Legalitas dalam bisnis memiliki peran yang sangat krusial karena memastikan usaha beroperasi secara sah menurut hukum serta melindungi pemilik, karyawan, dan konsumen. Aspek legalitas mencakup berbagai elemen, seperti perizinan usaha, struktur badan hukum, kewajiban pajak, serta perlindungan

terhadap potensi risiko hukum. Penulis mengambil jenis badan usaha CV dan ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pembuatan CV seperti kepemilikan bisnis atau Perusahaan tersebut harus Warga Negara Indonesia (WNI) dan terdapat beberapa persyaratan sebelum pembuatan CV, Berikut adalah Langkah-langkah dan persyaratan sebelum mengurus pembuatan CV:

1. Data lengkap pendiri seperti nama, pekerjaan, dan alamat tempat tinggal
2. Nama CV, harus unik dan belum digunakan oleh badan usaha lain di cek melalui AHU online kemenkumham untuk nama CV yang sudah digunakan.
3. Alamat CV, domisili usaha harus jelas dan sesuai zonasi
4. Bidang usaha, Ditentukan berdasarkan kode KBLI (Klasifikasi baku lapangan usaha Indonesia).
5. Modal Awal, Tidak ada Batasan minimal modal namun harus di catumkan dalam akta pendirian.

Jika persyaratan dokumen sudah terpenuhi dan sudah disetujui untuk pengurusn CV, terdapat Langkah-langkah lain dalam pembuatan atau pendirian CV, yaitu diantaranya adalah:

1. Pembuatan akta pendirian di notaris, aakta berisi nama, Alamat, bidang usaha CV, identitas pendiri, dan besaran modal.
2. Pendaftaran akta pendirian ke kemenkumham, notaris akan mendaftarkan akta pendirian dan CV akan memiliki surat keterangan pengesahan dari kemenkumham jika sudah di sahkan.
3. Pembuatan nomor pokok wajib pajak (NPWP) CV, NPWP harus didaftarkan di kantor pajak sesuai domisili usaha. Dan dokumen yang diperlukan adalah akta pendirian CV, KTP dan NPWP pendiri dan surat keterangan domisili usaha.

4. Pendaftarakan nomor induk berusaha (NIB) di OSS, pendaftaran dilakukan melalui sistem OSS (*Online single submission*) yang dikelola oleh BKPM (Badan koordinasi penanaman modal).
5. Pendaftaran BPJS ketenagakerjaan, Karna bisnis Swipe Up memiliki karyawan CV wajib mendaftarkan BPJS ketenagakerjaan sebagai bentuk perlindungan karyawan.
6. Pembuatan rekening bank atas nama CV.