

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Secara sederhana, bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menghasilkan keuntungan melalui produksi, distribusi, atau penjualan barang dan jasa (Bisnis Dolar, 2024). Bisnis tidak hanya berfokus pada upaya mendapatkan keuntungan semata, tetapi juga melibatkan pengelolaan sumber daya secara efektif agar dapat memberikan manfaat ekonomi secara berkelanjutan.

Seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya kebutuhan konsumen, bisnis pada dasarnya tidak hanya terbatas pada aktivitas jual beli, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana pelaku usaha mampu menciptakan nilai melalui inovasi. Inovasi diperlukan agar produk atau jasa yang ditawarkan relevan dengan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang, sekaligus membantu usaha tetap kompetitif di tengah persaingan.

Dalam konteks saat ini, pelaku usaha dituntut untuk lebih peka terhadap perubahan tren dan kebutuhan pasar. Bisnis yang berhasil bukan hanya yang mampu menjual produk, tetapi juga mampu membangun hubungan dan kepercayaan dengan konsumennya. Karena itu, banyak pelaku usaha mulai mengembangkan strategi yang lebih kreatif dan berorientasi pada solusi, bukan sekadar transaksi. Pendekatan seperti ini membuat bisnis memiliki nilai lebih

dan mampu bertahan dalam jangka panjang, terutama di tengah dinamika industri yang semakin cepat berubah.

Salah satu bentuk bisnis yang terus mengalami perkembangan seiring dengan meningkatkannya kesadaran akan pentingnya kebersihan dan kenyamanan lingkungan adalah bisnis jasa kebersihan. Menurut Robert Gordon (2009:3), industri jasa kebersihan memiliki cakupan yang luas, mulai dari layanan kebersihan rumah tangga, layanan rutin mingguan, hingga bisnis komersial berskala besar yang memerlukan ratusan pekerja. Dengan berkembangnya sektor bisnis, terutama di kota kota besar seperti Bandung, permintaan terhadap layanan kebersihan semakin bertambah. Suatu lingkungan yang bersih tidak hanya meningkatkan kenyamanan, tetapi juga menunjukkan tingkat profesionalisme sebuah bangunan, baik itu perkantoran, ruko, maupun fasilitas layanan masyarakat.

Berdasarkan hasil kuesioner yang diisi oleh 103 responden, mayoritas menilai kebersihan kantor sudah cukup terjaga, meskipun area toilet masih menjadi perhatian utama (66%). Tingkat kepuasan juga cenderung sedang, dengan hanya (24,3%) responden yang merasa sangat puas. Hampir tiga perempat responden (74,8%) menyatakan bahwa layanan kebersihan sangat penting bagi kenyamanan dan produktivitas kerja, sementara dukungan terhadap hadirnya jasa *cleaning service* yang lebih profesional juga tinggi, mencapai (60,2%).

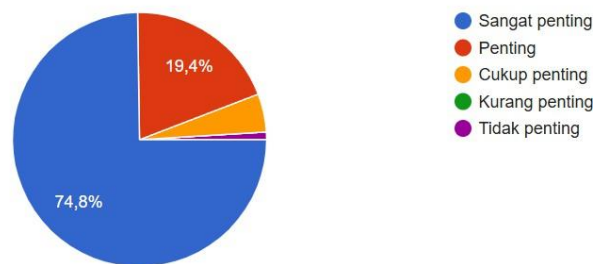
Seperti terlihat pada Gambar 1, mayoritas responden sepakat bahwa

kebersihan memiliki peran penting dalam mendukung kenyamanan dan produktivitas kerja. Sementara itu, Gambar 2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden mendukung adanya penyedia jasa *cleaning service* baru yang lebih profesional.

### Gambar 1 Pentingnya Layanan Kebersihan Bagi Kenyamanan Dan Produktivitas Kerja

Seberapa penting layanan kebersihan dalam mendukung kenyamanan dan produktivitas kerja anda?

103 jawaban

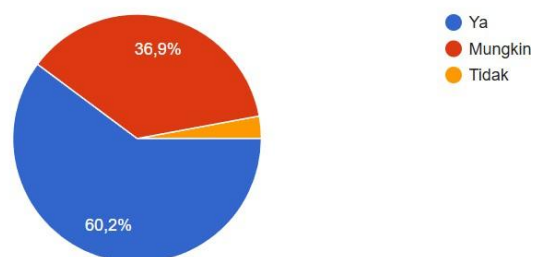


Sumber: Olahan Penulis, 2025

### Gambar 2 Dukungan Terhadap Jasa Cleaning Service Baru Yang Lebih Profesional

Jika ada jasa cleaning service baru yang lebih profesional, apakah anda mendukung kantor untuk menggunakannya?

103 jawaban



Sumber: Olahan Penulis, 2025

Pada penjelasan di atas, tampak jelas bahwa permintaan masyarakat untuk jasa kebersihan profesional di Kota Bandung masih sangat tinggi, terutama untuk bangunan komersial berukuran menengah seperti kantor dan ruko. Kondisi tempat kerja yang bersih tidak hanya memberikan kenyamanan, tetapi juga berdampak pada motivasi dan produktivitas individu yang berada di dalamnya. Di samping itu, reputasi perusahaan akan meningkat di mata klien dan rekan bisnis apabila didukung oleh lingkungan kerja yang tertata rapi dan bersih.

Perencanaan bisnis ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan mengembangkan rencana usaha layanan pembersihan yang lebih terfokus. Penekanannya tidak hanya pada studi pasar dan strategi oprasional, tetapi juga pada layanan kebersihan dapat memberikan manfaat nyata bagi penggunanya. Diharapkan, usaha ini dapat menghadirkan layanan yang efisien, adaptif, dan berkualitas, sehingga mampu menciptakan lingkungan kerja yang aman, nyaman, serta udah mendukung kelancaran aktivitas bisnis sehari hari.

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

Di kota-kota besar seperti Bandung, kebutuhan akan jasa pembersihan untuk gedung komersial semakin meningkat. Aktivitas bisnis yang padat sering kali membuat pemilik dan pengelola gedung sering kali kesulitan untuk meluangkan waktunya dan juga usaha dalam menjaga kebersihan dengan optimal. Sementara itu, tuntutan akan tempat yang bersih, nyaman, dan mencerminkan citra profesional semakin tinggi. Hal ini mendorong munculnya

layanan *cleaning service* khusus yang dapat melakukan pembersihan secara menyeluruh, dengan tetap berpegang pada standar kebersihan yang berlaku dalam industri perhotelan.

Layanan ini tidak hanya ditujukan untuk menjaga kebersihan, tetapi juga untuk memberikan nilai tambah bagi para pengelola bangunan. Melalui tenaga kerja yang terlatih, penerapan teknik pembersihan yang tepat, serta penggunaan peralatan modern, perusahaan berkomitmen menciptakan suasana kerja yang nyaman sekaligus meningkatkan reputasi gedung komersial. Sejalan dengan itu, inovasi model bisnis menjadi kunci agar layanan tetap relevan dan kompetitif. Menurut Osterwalder & Pigneur (2010) dalam Azzahra dan Prabowo (2024), “inovasi model bisnis merupakan proses menciptakan nilai lebih melalui penggabungan elemen-elemen yang unik, saling melengkapi, serta mampu meningkatkan efisiensi dan efektivitas”.

### **1. Deskripsi Bisnis**

Rencana bisnis ini disusun oleh penulis untuk menyediakan layanan pembersihan profesional bagi bangunan komersial di Kota Bandung. Layanan yang tersedia tidak hanya mencakup pembersihan rutin, baik harian maupun mingguan, tetapi juga meliputi pembersihan menyeluruh serta layanan tambahan seperti pest control dan fogging yang dilakukan sesuai kebutuhan klien. Selain itu, pemeliharaan area tertentu seperti jendela, lantai, dan fasilitas pendukung lainnya juga termasuk dalam layanan ini. Dengan adanya tenaga kerja terlatih dan penggunaan perangkat modern yang ramah lingkungan, usaha ini di harapkan dapat menciptakan

lingkungan kerja yang bersih dan nyaman, serta mencerminkan citra profesional dengan standar kebersihan yang terinspirasi dari industri perhotelan.

Tujuan dasar dari bisnis ini adalah menyediakan solusi pembersihan yang profesional, efisien, bersih, dan ramah lingkungan. Selain memastikan kebersihan fisik ruangan, layanan ini juga dibuat untuk meningkatkan kenyamanan, mendukung citra baik pada perusahaan, dan meningkatkan produktivitas kerja. Fleksibilitas layanan, kualitas yang dapat diukur, dan kemampuan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan khusus klien menjadi keunggulan utama dalam bersaing di pasar.

Dalam rencana pemasaran yang diterapkan, penulis fokus kepada segmen perkantoran, ruko, dan bangunan komersial yang berukuran sedang di Kota Bandung. Untuk mempertahankan standar kualitas, karyawan akan mendapatkan pelatihan rutin dan metode pembersihan terbaru, sehingga layanan dapat tetap konsisten dan kompetitif di tengah meningkatnya permintaan akan jasa kebersihan di Bandung.

## **2. Deskripsi Nama**

Nama *Dai Clean* dipilih karena memiliki makna yang erat kaitannya dengan identitas penulis serta tujuan bisnis. Istilah Dai diambil dari nama penulis, Diary, dan juga terinspirasi oleh kata Day (hari) yang melambangkan kebersihan sebagai kebutuhan harian. Dalam Bahasa Jepang Dai berarti “besar” atau “utama”, yang mencerminkan harapan agar

bisnis ini bisa memberikan layanan yang terbaik. *Clean* menggambarkan kebersihan, tetapi juga memberikan nilai tambahan bagi kenyamanan dan citra bangunan komersial.

### 3. Deskripsi Logo

**Gambar 3**  
**Logo Dai Clean**



Sumber: Olahan Penulis, 2025

Logo *Dai Clean* dibuat untuk menjadi identitas visual yang menunjukkan karakter dan tujuan utama bisnis. Desainnya tidak hanya berfungsi sebagai identifikasi, tetapi juga sebagai lambang dari nilai-nilai yang ingin disampaikan, yaitu kepedulian terhadap kebersihan, profesionalisme, dan fokus pada kualitas layanan. Setiap elemen dalam logo dipilih agar bisa mencerminkan citra bisnis yang modern, terpercaya, dan memiliki wawasan luas dalam memberikan solusi kebersihan bagi para pelanggan. Adapun komponen visual yang mengandung arti tertentu, yaitu;

- **Gedung tinggi**

Menunjukkan perhatian utama layanan pada pembersihan bangunan komersial seperti kantor, pusat perdagangan, hingga

sarana umum. Bentuk yang tegak dan seimbang ini mencerminkan profesionalitas, keteraturan, serta standar kerja yang konsisten.

- **Bentuk Lingkaran**

Menggambarkan langit yang cerah dan bersih, sebagai tanda kejernihan, kenyamanan, dan lingkungan yang sehat yang menjadi sasaran utama layanan pembersihan.

- **Bintang kecil**

Menunjukkan hasil kebersihan yang sangat baik, standar yang tinggi dan memberikan keuntungan pada citra bangunan komersial.

- **Tagline “Commercial Cleaning Solution”**

Menegaskan bahwa layanan kebersihan yang diberikan bersifat komersial, yang dilakukan secara menyeluruh dan profesional, serta ditujukan untuk mendukung kenyamanan dan citra perusahaan.

#### **4. Identitas Bisnis**

*Dai Clean* merupakan layanan pembersih profesional yang berada di pusat Kota Bandung, tepatnya di Jl. Dalem Kaum No. 76. Dengan tempat strategis, *Dai Clean* siap menyediakan jasa kebersihan untuk kantor, ruko, dan berbagai bangunan komersial di sekitarnya. Memprioritaskan kualitas dan ketepatan waktu, *Dai Clean* bertekad untuk menciptakan lingkungan kerja yang bersih, nyaman, dan mendukung produktivitas. Untuk

mendapatkan informasi yang lebih lengkap, Berikut kontak yang dapat dihubungi:

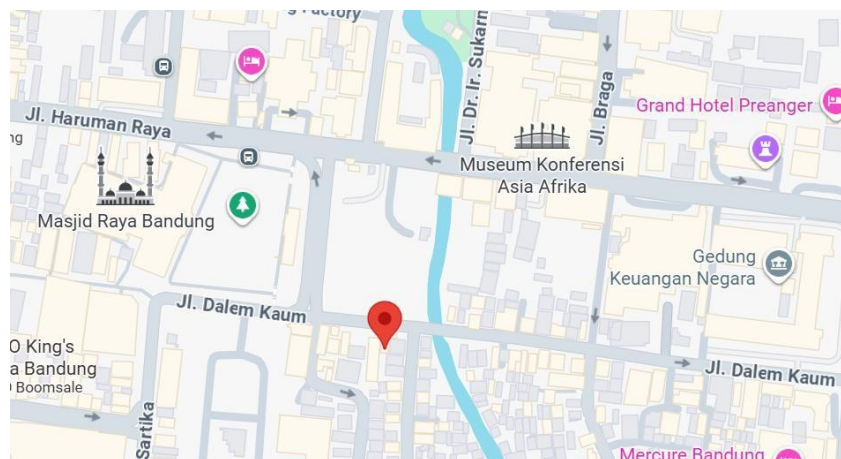
Alamat : Jl. Dalem Kaum No. 76, Balonggede, Kec. Regol, Kota Bandung, Jawa Barat.

Telepon : 0813-9554-0634

Email : [daiclean@gmail.com](mailto:daiclean@gmail.com)

Instagram : @dai.cleann Tiktok: @dai.clean

**Gambar 4**  
**Denah Lokasi Dai Clean**



Sumber: Google Maps

### C. Visi dan Misi

Visi dan misi bukan hanya formalitas, tetapi menjadi panduan yang memberi arah. Bagi *Dai Clean*, keduanya membantu karyawan memahami kontribusi mereka dalam mencapai tujuan bersama. Pandangan ini sejalan dengan pendapat Harindra, Eritawana, Georgina, Noviyanti (2024) yang menegaskan bahwa visi yang aspiratif dan misi yang konkret memberi arah

yang tegas, membantu karyawan memahami peran masing masing dalam mencapai tujuan perusahaan. Lebih dari itu, keterlibatan pemimpin dalam menghidupkan visi dan misi melalui tindakan nyata sehari hari juga mampu memperkuat komitmen dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

### **1. Visi**

Menjadi penyedia layanan kebersihan yang terpercaya dan unggul dalam kualitas untuk mencapai kepuasan pelanggan.

### **2. Misi**

- Memberikan layanan kebersihan secara konsisten sesuai standar operasional yang terukur.
- Menyediakan ragam layanan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan klien di perkantoran dan gedung komersial.
- Mengembangkan kompetensi tim melalui pelatihan rutin dan peningkatan keterampilan.
- Mengoptimalkan penggunaan teknologi, peralatan modern, dan teknik pembersihan yang efisien serta ramah lingkungan.
- Membangun hubungan kerja jangka panjang melalui kinerja yang profesional dan dapat diandalkan.

## **D. Analisis SWOT**

Dalam merencanakan usaha jasa pembersihan pada gedung gedung komersial, analisis SWOT menjadi salah satu metode yang sering digunakan

untuk menilai faktor faktor internal dan eksternal yang memengaruhi usaha.

Menurut Mafiddah dan Hapsari (2024), "Analisis SWOT didasari pada perkiraan bahwa sebuah strategi yang tepat dan efektif akan dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman terhadap unit bisnis".

Berdasarkan konsep tersebut, analisis SWOT dalam penelitian ini digunakan untuk menilai kondisi internal dan external yang memengaruhi usaha layanan kebersihan di Kota Bandung. Dengan adanya potensi pertumbuhan bangunan komersial yang signifikan, analisis ini menjadi pijakan utama dalam merumuskan strategi bisnis yang tepat sekaligus membedakan layanan dari penyedia jasa kebersihan lainnya.

**Tabel 1**  
**SWOT Analysis**

|                  |  |
|------------------|--|
| <i>Strengths</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tim yang terlatih dan terus ditingkatkan kompetensinya, sehingga kualitas layanan konsisten.</li> <li>• Menyediakan variasi layanan yang fleksibel sesuai kebutuhan klien.</li> <li>• Menggunakan teknologi, peralatan modern, dan metode pembersihan yang efisien serta ramah lingkungan.</li> <li>• Membangun hubungan jangka panjang dengan klien, mendukung reputasi profesional dan dapat diandalkan.</li> </ul> |
| <i>Weakness</i>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya operasional tinggi akibat penggunaan peralatan modern dan pelatihan rutin.</li> </ul>   |

|                      |   |
|----------------------|---|
|                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengenalan merek terbatas, sehingga kepercayaan awal belum kuat. Pengalaman operasional belum sepanjang kompetitor lain, sehingga rekam jejak terbatas.</li> </ul>   |
| <i>Opportunities</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Permintaan jasa kebersihan perkantoran dan bangunan komersial terus meningkat.</li> <li>• Kesadaran perusahaan terhadap kebersihan pasca pandemi mendorong kebutuhan layanan yang lebih terstandar.</li> <li>• Peluang kerja sama dengan vendor atau mitra untuk memperluas layanan dan meningkatkan kepercayaan.</li> <li>• Teknologi kini semakin mudah, mulai dari proses pemesanan layanan hingga sistem pembayaran.</li> <li>• Tren <i>eco-friendly</i> semakin diminati, mendukung citra berkualitas.</li> </ul> |
| <i>Threats</i>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan ketat dari penyedia jasa lain yang sudah memiliki reputasi yang kuat.</li> <li>• Tekanan harga pasar dapat mempengaruhi margin dan kualitas layanan</li> <li>• Beberapa perusahaan memilih tim kebersihan internal sehingga mengurangi peluang pasar.</li> </ul>  |

Sumber: Olahan Penulis, 2025

Berdasarkan identifikasi faktor internal (*strengths* dan *weaknesses*)

serta faktor eksternal (*opportunities* dan *threats*) yang telah dijabarkan sebelumnya, strategi pengembangan usaha kemudian dirumuskan melalui matriks SWOT. Matriks ini digunakan untuk mengombinasikan faktor faktor tersebut sehingga menghasilkan strategi, baik dengan memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang, menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman, maupun meminimalkan kelemahan agar tidak terpengaruh secara signifikan oleh ancaman.

Adapun matriks SWOT untuk usaha jasa pembersihan gedung komersial di Kota Bandung dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2**  
**Martiks SWOT**

| Internal /<br>Eksternal          | <i>Opportunities</i> (peluang)   | <i>Threats</i> (Ancaman)  |
|----------------------------------|--|---|
| <i>Strengths</i><br>(kekuatan)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan tim terlatih &amp; teknologi modern</li> <li>• Menawarkan paket layanan fleksibel.</li> <li>• Memanfaatkan sistem digital.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menonjolkan kualitas layanan &amp; teknologi ramah lingkungan</li> <li>• Memberikan layanan konsisten &amp; transparan</li> <li>• Menawarkan layanna khusus/fleksibel</li> </ul> |
| <i>Weaknesses</i><br>(Kelemahan) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maningkatkan branding.</li> <li>• Mengembangkan portopolio</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan efisien operasional.</li> </ul>   |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | <p>layanan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menguatkan kepercayaan pasar.</li> <li>• Memperbaiki pengalaman operasional secara bertahap.</li> </ul> |
|--|---|--|

Sumber: Olahan Penulis, 2025

### E. Spesifikasi Produk dan Jasa

*Dai Clean* dibuat untuk menawarkan layanan kebersihan yang praktis dan gampang dijangkau, sesuai dengan kebutuhan bangunan komersial maupun perkantoran di Kota Bandung. Pemesanan layanan dapat dilakukan dengan cara yang mudah, baik melalui internet maupun secara langsung di lokasi, sehingga memudahkan pelanggan dalam merencanakan jadwal pembersihan. Dalam hal pembayaran, perusahaan menyediakan pilihan pembayaran, digital atau bisa tunai, sehingga pelanggan dapat memilih cara yang paling nyaman.

*Dai Clean* juga menyediakan layanan dengan jam kerja yang fleksibel, bahkan bisa dilakukan di luar jam kantor. Sehingga, proses pembersihan tetap berjalan tanpa harus mengganggu aktivitas utama di gedung atau tempat kerja. Semua pekerja mendapatkan pelatihan profesional untuk mempertahankan standar layanan yang stabil, serta menerapkan teknik dan produk yang ramah lingkungan demi menciptakan lingkungan kerja yang aman, nyaman, dan sehat. Adapun layanan utama yang disediakan meliputi:

1. *Daily Cleaning*: layanan kebersihan rutin yang dilakukan setiap hari,

mingguan, atau bulanan, dan dapat dikerjakan dengan sistem kontrak maupun non kontrak.

2. *Deep Cleaning*: proses pembersihan menyeluruh yang mencakup area area yang jarang dibersihkan dalam rutinitas harian.
3. *Hygiene Care*: layanan yang berfokus pada kebersihan dan sanitasi area tertentu melalui kegiatan seperti *pest control*, *fogging*, serta pembersihan area dengan tingkat higienitas tinggi untuk menjaga kesehatan dan kenyamanan lingkungan kerja.

#### **F. Jenis/ Badan Usaha**

Dalam menjalankan suatu usaha, pemilihan jenis badan usaha sangat krusial karena memengaruhi manajemen, status hukum, dan reputasi dihadapan pelanggan. Setiap usaha memiliki kelbihan dan kekurangannya masing masing, sehingga pemilik usaha perlu menyesuaikan dengan kebutuhan dan dengan skala bisnis yang akan dijalankan. Ada beberapa bentuk badan usaha yang biasa digunakan di Indonesia, yaitu:

1. Usaha Perorangan

Bentuk usaha yang dimiliki oleh satu orang. Proses pendiriannya sederhana dan modal yang diperlukan tidak terlalu besar. Namun, pemilik menanggung seluruh risiko dan tanggung jawab atau usahanya.

2. Firma

Didirikan oleh dua orang atau lebih yang bekerja sama dalam

menjalankan usaha dengan tanggung jawab penuh. Firma menekankan kolaborasi antar pemilik, tetapi masing masing dari dua orang atau lebih tersebut ikut menanggung risiko secara keseluruhan.

### 3. *Commanditaire Vennootschap* (CV)

CV biasanya dipilih oleh usaha yang sedang berkembang karena proses pendiriannya lebih mudah. Di dalamnya ada pihak yang fokus mengelola bisnis sehari-hari, sementara ada juga yang berperan sebagai penolong modal tanpa harus ikut turun langsung. Model ini jadi pilihan populer karena cukup praktis tapi tetap punya dasar hukum yang jelas.

### 4. Perseroan Terbatas (PT)

PT umumnya digunakan untuk bisnis yang lebih besar. Kepemilikan usaha dibagi dalam bentuk saham, sehingga jelas siapa pemiliknya dan seberapa besar porsi mereka. Kelebihannya, tanggung jawab pemilik hanya sebatas modal yang ditanamkan, sehingga lebih aman dari risiko pribadi.

Untuk *Dai Clean* yang berfokus pada jasa kebersihan, khususnya di gedung komersial dan ruang perkantoran, bentuk CV dipilih karena paling sesuai dengan kebutuhan usaha yang masih berkembang. CV menawarkan proses pendirian yang lebih sederhana namun tetap sah secara hukum. Dengan begitu, *Dai Clean* bisa tetap tampil profesional di mata klien dan dapat diandalkan dalam sektor kebersihan.

## G. Aspek Legalitas

Sebuah usaha tidak hanya memerlukan gagasan dan rencana yang baik, tetapi juga berlandaskan pada hukum yang jelas. Keberadaan legalitas menjadi dasar yang krusial agar operasional dapat dilakukan dengan aman, diakui, serta dipercaya oleh banyak orang. Dengan memiliki semua izin yang diperlukan, sebuah perusahaan akan lebih gampang meraih kepercayaan dari pelanggan, membangun kerja sama dengan mitra, serta memberikan perlindungan bagi para karyawan yang terlibat.

Begitu halnya dengan *Dai Clean*. Sebagai perusahaan yang menawarkan layanan kebersihan terutama di sektor komersial, perusahaan ini harus memastikan bahwa semua proses operasionalnya bisa mematuhi peraturan yang ada. Kepatuhan terhadap hukum bukan hanya sekadar prosedur, melainkan juga mencerminkan dedikasi *Dai Clean* untuk menjalankan pekerjaan dengan profesional dan tanggung jawab.

Beberapa hal hukum yang perlu dipenuhi antara lain:

1. Jenis Badan Usaha menggunakan CV
2. Nomor Induk Berusaha (NIB)
3. NPWP Badan Usaha
4. Surat Izin Tempat Usaha (SITU)
5. Aspek Ketenagakerjaan
6. Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3)

**Tabel 3**  
**Business Model Canvas**

|   |   |  |   |  |
|---|---|--|---|--|
| <p>Nama Bisni : <i>Dai Clean</i></p>  | <p>Deskripsi Bisnis: <i>Dai Clean</i> hadir sebagai layanan <i>Cleaning Service</i> yang berlokasi di Jl. Dalem Kaum, Bandung. Berada di pusat kota membuat <i>Dai Clean</i> dekat dengan berbagai gedung perkantoran, ruko, hingga pusat aktivitas bisnis. Dengan layanan yang profesional namun tetap ramah, <i>Dai Clean</i> berkomitmen untuk membantu menjaga kebersihan lingkungan kerja agar tetap nyaman, rapi, dan memberi kesan positif bagi siapa pun yang berkunjung.</p> |  |   |  |
| <p><b>KEY PARTNERS</b><br/><b>Strategic alliance:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kerjasama dengan perusahaan penyedia bahan dan alat kebersihan</li> <li>- perusahaan asuransi.</li> </ul> <p><b>Buyer-seller Relationship:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kontrak jangka panjang dengan kantor atau ruko.</li> <li>- Memberikan layanan after service untuk menjaga kepuasan klien.</li> </ul> | <p><b>KEY ACTIVITIES</b><br/><b>Problem Solving</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberi solusi kebersihan yang sesuai dengan kebutuhannya klien.</li> <li>- Konsultasi untuk area kantor atau ruko baru</li> <li>- Menangani keluhan dan permintaan klien dengan cepat.</li> </ul>   | <p><b>VALUE PROPOSITION</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Performance:</b> Layanan berkualitas tinggi dari tim terlatih dengan peralatan modern, teknologi dan ramah lingkungan.</li> <li>- <b>Customization:</b> Menyediakan opsi layanan dan jadwal yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan klien.</li> <li>- <b>Price:</b> Menawarkan harga sebanding dengan kualitas layanan, efisien, dan fleksibel sesuai frekuensi serta luas area.</li> <li>- <b>Convenience/Usability:</b> Memanfaatkan teknologi dan metode untuk mempermudah proses pemesanan, komunikasi, serta evaluasi layanan.</li> </ul> | <p><b>CUSTOMER RELATIONSHIP</b><br/><b>Personal Assistance</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Admin Khusus bantu jadwal &amp; kebutuhan tiap klien</li> </ul> <p><b>Self Service</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Katalog layanan online untuk pemesanan cepat tanpa harus kontak langsung</li> </ul> | <p><b>CUSTOMER SEGMENT</b><br/><b>Segmented Market</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perkantoran di pusat kota Bandung</li> <li>- Ruko dan area komersial skala menengah</li> <li>- Pusat layanan publik serta lembaga swasta kecil – menengah</li> </ul> |
| <p><b>COST STRUCTURE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Fixed Costs:</b> Gaji pokok karyawan tetap, Sewa kantor, Biaya listrik &amp; air kantor, Penyusutan alat alat, biaya asuransi, Transportasi</li> <li>- <b>Variable Costs:</b> Bahan habis pakai</li> </ul>   | <p><b>REVENUE STREAMS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Usage Fee:</b> Biaya layanan berdasarkan frekuensi &amp; luas area pembersihan.</li> <li>- <b>Subscription Fee:</b> <i>Daily Cleaning, Deep Cleaning, dan Hygiene Care</i></li> </ul>   |  |   |  |