

BAB 1

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Pada zaman seperti sekarang ini banyak masyarakat Indonesia yang lebih melirik untuk menggeluti dunia usaha, banyak dari mereka diantaranya adalah para generasi milenial yang memiliki karakteristik cenderung tidak suka untuk menekuni suatu bidang pekerjaan yang mengharuskan mereka bekerja sesuai waktu yang telah ditetapkan, sehingga mereka lebih memilih untuk mencoba terjun dan menekuni suatu usaha atau bisnis. karena setiap usaha selalu mengandung risiko oleh karena itu dibutuhkannya sebuah perencanaan yang matang untuk meminimalisir resiko yang akan terjadi.

Menurut Ilmu Perekonomian Bisnis diartikan sebagai suatu individu atau kelompok yang memiliki peranan sebagai penjual barang ataupun menawarkan jasa terhadap para pelanggan maupun kepada jenis usaha lainnya, dengan harapan untuk memperoleh keuntungan. Sedangkan pemaparan Bisnis **Menurut Sukirno (2010:20)** ialah suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan laba. semua orang baik itu kelompok maupun individu yang menggeluti dunia usaha pasti dengan tujuan untuk memperoleh laba, dengan harapan seluruh keperluan hidupnya bisa tercukupi, tidak ada satu orangpun yang menggeluti dunia usaha untuk mendapatkan rugi.

Sedangkan **Menurut Louis E. Boone (2007:5)** memaparkan bahwa Bisnis terdiri atas serangkaian aktivitas serta usaha, dengan tujuan untuk mendapatkan untung dengan cara menyiapkan barang serta jasa yang diperlukan bagi sistem perekonomian, dari pemaparan teori diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa bahwa Bisnis adalah suatu kegiatan yang di kerjakan dengan maksud untuk memperoleh untung dengan cara menyiapkan adanya barang ataupun sebuah jasa yang diperlukan untuk sistem perekonomian.

Business plan Menurut Megginson, (2000) ialah suatu rencana tertulis yang terdapat visi serta misi, tata kerja, pemaparan data keuangan atau permodalan serta daftar para pemilik ataupun manajemen serta bagaimana cara menggapai tujuan usahanya. Sedangkan pengertian *Business plan Menurut Hisrich, peters, & Shephard, (2008)* ialah rancangan tertulis yang dibuat oleh pengusaha untuk memberi suatu gambaran tentang unsur-unsur yang relevan terdiri dari internal maupun eksternal tentang suatu perusahaan dalam membuat suatu usaha. dari pemaparan dua teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Business plan* adalah dasar yang sangat penting bagi seorang pengusaha untuk mengambil sebuah keputusan serta dapat digunakan untuk mendapatkan hasil yang kemudian dapat dituangkan kedalam suatu dokumen perencanaan. perencanaan bisnis dapat digunakan sebagai pedoman untuk mempertajam suatu rencana yang diharapkan mampu mempermudah dalam mencapai sasaran yang ingin dituju.

Memasuki Era Globalisasi seperti sekarang ini hampir semua aspek didalam kehidupan manusia akan berjalan berdampingan sesuai dengan perkembangan teknologi, perkembangan internet yang dirasakan hampir diseluruh dunia merupakan salah satu bentuk dari perkembangan teknologi. dengan adanya internet, kini hampir semua kebutuhan manusia bisa didapatkan dengan mudah. beberapa kegiatan seperti membeli barang, membeli makanan bahkan untuk urusan transportasipun kini semuanya bisa kita akses hanya dengan membuka layanan internet.

Dengan berkembangnya teknologi serta internet Di Era seperti sekarang ini, melahirkan berbagai jenis bisnis *startup*, diawali dengan kemunculannya aplikasi Gojek pada tahun 2010 yang dipelopori oleh Nadiem Makarim, dan dari saat itulah mulai banyak bermunculan bisnis *startup* lain yang berbasiskan aplikasi, seperti Tokopedia, Shopee, Traveloka, Ruang guru dan berbagai aplikasi-aplikasi lainnya.

Startup digital Menurut (Eric Ries, 2011) ialah sekelompok individu yang menjual serta membuat produk baru ataupun sebuah layanan pada dinamika pasar yang tidak menentu dengan

tujuan mencari model bisnis yang tepat. Sedangkan *Startup Menurut (Baskoro, 2013)* Startup selalu diidentikan dengan bisnis rintisan yang menggunakan teknologi serta informasi pada produknya, dan apabila tidak menggunakan unsur teknologi, maka usaha tersebut hanya dikatakan sebagai UKM atau (Usaha Kecil dan Menengah).

Dengan bermunculannya berbagai jenis bisnis *startup* berbasis aplikasi Di Indonesia membuat penulis terinspirasi untuk membuat bisnis serupa yakni membuka bisnis *laundry* berbasis aplikasi yang bernama *Smart laundry*, penulis ingin membuka bisnis ini didasari dengan menjamurnya berbagai usaha *laundry* yang muncul pada saat ini namun masih sedikit yang menyediakan layanan *laundry* berbasis aplikasi yang dalam hal ini tentunya akan lebih memudahkan para konsumennya di zaman serba *modern* seperti sekarang ini.

Laundry adalah suatu jenis usaha yang bergerak pada bidang jasa maupun service. Sedangkan **Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014:7)** “Jasa merupakan tindakan maupun aktifitas yang bisa ditawarkan dari suatu pihak terhadap pihak lainnya, biasanya tidak berwujud serta tidak pula berakibat perpindahan mengenai kepemilikan apapun, produksi jasa mungkin bisa dikaitkan dengan produksi fisik ataupun tidak”. pengertian *Laundry* jika melihat dari **Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)** ialah usaha yang bergerak dibidang jasa pencucian serta penyetrikaan pakaian, **Menurut Nyoman S. Pendit (2005:324)** mengatakan bahwa *laundry* adalah bisnis binatu khusus untuk mencuci dan menyetrika pakaian, linen, gordena dan lain-lain dengan tarif yang ditentukan.

Dengan adanya kesibukan yang padat, beban kerja yang semakin tinggi serta diharuskan pula untuk melakukan berbagai aktifitas lain, membuat waktu demikian amat sangat penting dan berharga bagi masyarakat, khususnya masyarakat yang hidup di perkotaan, seperti halnya para penghuni Apartement, untuk hal sederhana seperti mencuci pakaianpun terkadang masih menjadi persolan tersendiri, sehingga para penghuni Apartement tersebut mau tidak mau

memilih mencuci ditempat pencucian pakaian yang dekat dengan Apartement mereka tinggal, yang mana *laundry* tersebut tidak sesuai dengan keinginan mereka, seperti kurang bersih, kurang wangi atau mungkin harga yang terlalu mahal, namun hal tersebut harus tetap dilakukan karena mereka tidak memiliki cukup waktu untuk memilih laundry lain yang sesuai dengan keinginan mereka tersebut, Permasalahan serupa kerap pula terjadi pada kalangan mahasiswa yang biasa tinggal di kos-kosan, yang terkadang malas untuk mencuci pakaiannya dan sulit juga untuk menemukan laundry yang sesuai dengan keinginannya tersebut.

Didasari atas permasalahan tersebut penulis berencana untuk membuka sebuah usaha *laundry* yang berbasis aplikasi, hal lain yang menjadi pertimbangan penulis dalam membuat usaha *laundry* berbasis aplikasi ini adalah, usaha *laundry* dinilai sebagai usaha yang tidak berisiko tinggi dan juga dinilai sebagai salah satu usaha yang cukup menggiurkan, dikarenakan yang membutuhkan layanan *laundry* ini cukup banyak peminatnya, apalagi untuk jenis bisnis *laundry* berbasis aplikasi masih jarang sekali ditemukan di Indonesia, membuat nantinya bisnis ini akan menjadi *stand out* dan berbeda dari pada bisnis *laundry* konvensional yang telah bermunculan dipasaran.

Layanan *laundry* berbasis aplikasi ini dihadirkan untuk memberikan solusi terhadap masyarakat yang masih memiliki kendala dalam melakukan kegiatan pencucian dikarenakan keterbatasan waktu, layanan yang diunggulkan dan diharapkan dapat sangat membantu para konsumennya adalah layanan antar jemput *laundry*, dengan adanya fitur ini, nantinya konsumen tidak lagi harus dipusingkan dalam hal proses penyerahan serta proses pengambilan laundry, dengan kata lain konsumen dapat lebih menghemat waktu berharganya dan menggunakan waktu tersebut untuk melakukan kegiatan penting lainnya.

Target pasar utama yang akan menjadi sasaran bisnis ini adalah, para penghuni Apartement, mahasiswa, serta Hotel yang berada dekat ditempat berdirinya usaha. Dengan

metode pemasaran yang akan dilakukan adalah, menggunakan aplikasi yang sedang tren pada saat ini seperti, Instagram, twitter dan juga tiktok. Alasan penulis lebih memilih untuk menggunakan metode ini sebagai media promosi, dikarenakan pada saat ini masyarakat cenderung lebih tertarik dan lebih sering menggunakan aplikasi media sosial, jangkauan audiens yang bisa dijangkau lebih besar jika melakukan media promosi menggunakan media sosial dibanding melakukan promosi menggunakan media cetak maupun elektronik seperti tv dan radio, dan harga promosipun tentunya akan lebih murah jika dibanding dengan promosi melalui media cetak maupun elektronik.

B. GAMBARAN UMUM BISNIS

1. Deskripsi Bisnis

Smart laundry adalah suatu jenis usaha yang bergerak pada bidang pelayanan jasa pencucian pakaian, linen serta karpet yang berbasis aplikasi. Nama *Smart laundry* sendiri diperoleh dari dua kata berbahasa Inggris yaitu *Smart* dan juga *Laundry*, yang apabila diartikan kedalam Bahasa Indonesia mengandung arti "*laundry* pintar". layanan ini dihadirkan untuk memberikan solusi terhadap masyarakat yang masih memiliki kendala dalam melakukan kegiatan cuci mencuci. dikarenakan keterbatasan waktu.

Yang menjadi pembeda usaha laundry ini dengan laundry-laundry umum lainnya yaitu, adanya fasilitas antar jemput laundry, layanan ini dinilai sangat efektif dan menjadi solusi bagi masyarakat yang sangat memiliki waktu terbatas dalam melakukan proses mencuci. Hal lain yang menjadi pembeda dengan laundry umum lainnya adalah, penggunaan *laundry Chemical* yang khusus yang sangat aman bagi tubuh.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Nama bisnis ini diambil dari gabungan dua kata berbahasa Inggris yaitu kata *Smart* yang berarti (pintar) dan juga kata *laundry* (proses pencucian) yang apabila dua kata tersebut digabungkan akan menjadi sebuah kata baru yakni *Smart laundry* yang berarti Laundry pintar. nama ini dibuat berdasarkan tujuan penulis yang menginginkan adanya sebuah layanan aplikasi *laundry* yang pintar yang dapat mengakomodir kebutuhan para konsumennya.

Untuk logo yang kami gunakan sebagai identitas bisnis kami adalah sebagai berikut:

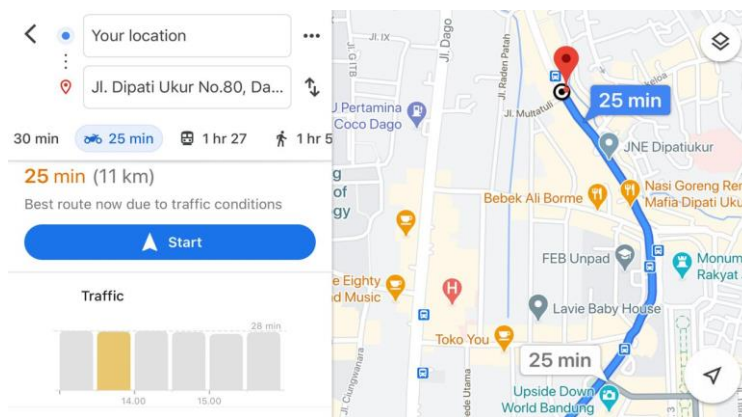


Gambar 1.1 Logo Smart Laundry

Logo diatas merupakan logo yang penulis buat untuk mewakili produk yang akan diluncurkan, logo yang ber lambangkan *Washing Machine* dan juga *hanger* diartikan sebagai *symbol* usaha kami yaitu layanan *laundry* pemilihan warna biru mendominasi desain tersebut dikarenakan warna biru menurut ilmu *psychology* adalah warna yang dapat meninggalkan kesan ketenangan, kedamaian serta kesegaran, dan warna biru juga dapat meninggalkan sebuah kesan psikologis seperti tanggung jawab dan kepercayaan, point yang akan kami ambil dari nilai tersebut adalah, penulis ingin usaha yang akan dirintis ini dapat berkembang secara baik serta dapat melayani kebutuhan para pelanggan dengan sebaik-baiknya dengan hasil akhir yang ingin dicapai adalah para konsumen dapat percaya dan puas akan produk kami ini.

3. Identitas Bisnis

Lokasi operasional *Smart Laundry* ini berada Di Jalan Raya Dipatiukur No 80 Kecamatan Coblong, Kota Bandung Jawa barat. alasan penulis memilih lokasi tersebut sebagai lokasi pendirian bisnis adalah karena lokasi tersebut memiliki akses yang cukup strategis dimana lokasi tersebut dekat dengan beberapa fasilitas umum, diantaranya Apartment, kos-kosan, dan juga hotel, yang menjadi target utama layanan produk kami. kelebihan lainnya adalah masih jarang ditemukannya usaha sejenis yakni laundry berbasis aplikasi didaerah ini, ini akan menjadi nilai positif tersendiri bagi usaha yang akan penulis hadirkan ini.



Gambar 1.2 Denah Lokasi Usaha

C. Visi dan Misi

Visi

Menjadi salah satu perusahaan penyedia jasa layanan pencucian (*laundry*) berbasis aplikasi terbaik yang mengutamakan pelayanan dan kenyamanan serta kepuasan bagi para pelanggan.

Misi

1. Menjalankan usaha *laundry* berbasis aplikasi secara professional berdasarkan kepuasan pelanggan, serta memberikan pelayanan prima.
2. Mengutamakan kebersihan, kerapian serta kecepatan dalam proses laundry.
3. Tulus, ramah serta berorientasi kepada pelanggan.

D. SWOT Analysis

Jika kita memiliki rencana untuk memulai suatu usaha ataupun bisnis yang sebaiknya harus kita kuasai adalah kemampuan menganalisa dan menentukan *Strategy* bisnis apa akan digunakan untuk membuat produk kita lebih unggul dari produk-produk pesaing. Salah satu cara yang bisa dilakukan agar usaha yang kita dirikan dapat berhasil adalah dengan melakukan Analisis SWOT, **Menurut Kotler & Armstrong (2008:64)** analisa “SWOT yaitu penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), serta ancaman (*threats*) pada suatu perusahaan dan bisnis. Analisa sangat dibutuhkan untuk memilih beberapa strategi yang ada pada perusahaan tersebut.

Berikut adalah Analisis SWOT dari bisnis kami “*Smart Laundry*”

NO	SWOT	Uraian
1	Kekuatan (<i>Strength</i>)	<ul style="list-style-type: none">• Mempunyai lokasi yang sangat strategis karena berada Dipusat keramaian serta dekat dengan fasilitas Umum seperti Apartment, Kos-Kosan,Rumah sakit, dan juga Hotel yang menjadi target pasar utama dari produk ini.• Adanya layanan antar jemput <i>laundry</i>.
2	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	<ul style="list-style-type: none">• Kurangnya pemahaman dan pengalaman dalam manajemen karena bisnis ini merupakan bisnis yang baru.• Modal yang dibutuhkan terbilang cukup besar.• Nama brand belum terkenal.

3	Peluang <i>(Opportunities)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Masih sedikitnya pesaing yang membuka bisnis serupa dengan bisnis yang kami dirikan. • Dengan berkembang pesatnya laju pertumbuhan penggunaan media sosial, kami memanfaatkan adanya sosial media sebagai sarana promosi sekaligus sarana informasi yang efektif.
4	Ancaman <i>(Threats)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Munculnya Pesaing yang berkecimpung dalam bidang bisnis yang sama dikemudian hari.

Tabel 1.1 *Analysis SWOT*

E. Spesifikasi Product / Jasa

Layanan *Smart Laundry* adalah sebuah layanan *laundry* berbasis aplikasi yang menyediakan jasa dalam bidang pencucian pakaian, karpet dan juga linen yang dapat diakses dengan mudah menggunakan aplikasi yang terdapat pada smartphone berbasis android maupun ios , aplikasi ini dihadirkan dengan tujuan untuk membantu masyarakat yang tidak memiliki banyak waktu untuk melakukan kegiatan cuci mencuci dikarenakan banyaknya aktifitas.



Gambar 1.3 Tampilan Awal Aplikasi

Pada tampilan awal aplikasi *Smart Laundry*, terdapat 3 pilihan layanan utama yang dapat dipilih oleh konsumen, 3 pilihan tersebut diantaranya:

1. *Laundry* kiloan: Salah satu layanan yang disediakan bagi para pelanggan yang ingin menggunakan layanan laundry sekaligus layanan setrika didalamnya dalam kuantitas yang banyak dengan harga terjangkau.
2. *Laundry* Karpet: Salah satu jenis layanan pencucian yang dikhususkan untuk menangani pencucian segala jenis model karpet (permadani). Untuk biaya layanan laundry karpet ini, menggunakan biaya hitung per meter.
3. *Laundry Bedding*: salah satu layanan pencucian yang di khususkan untuk menangani cucian berjeniskan linen, yang bisa dijadikan solusi untuk usaha yang bergerak pada bidang akomodasi seperti Hotel, *guest house* atau losmen yang tidak memiliki laundry sendiri.

Selain itu *Smart laundry* menawarkan layanan menarik seperti fasilitas antar jemput laundry, yang dinilai sangat efektif membantu untuk para konsumennya yang tidak memiliki waktu.

F. Jenis/ Badan Usaha

Dalam pengoprasian bisnis "*Smart Laundry*" ini menurut kepemilikan modalnya termasuk kedalam jenis badan usaha CV atau yang lebih biasa dikenal sebagai persekutuan komanditer, alasannya karena perusahaan ini dapat dibangun oleh satu atau dua orang yang dimana kedua pendirinya mempunyai tanggung jawab serta tugas yang berbeda. ada yang bertindak sebagai sekutu aktif dan ada pula yang bertindak sebagai sekutu pasif, dimana peranan untuk sekutu aktif adalah dapat menjalankan perusahaan secara penuh dan memiliki wewenang untuk dapat bernegosiasi dengan pihak ketiga, sedangkan untuk sekutu pasif diberi kepercayaan hanya sebagai pemberi modal pada sebuah usaha yang didirikan, dan tidak memiliki kewenangan untuk turut serta ikut ambil bagian dalam hal kepengurusan operasional perusahaan dalam bentuk apapun.

Dalam hal ini penulis berperan sebagai sekutu aktif dimana memiliki tanggung jawab dan memiliki wewenang penuh menjalankan perusahaan, jenis badan usaha CV biasanya menjadi salah satu jenis badan usaha favorit yang dipilih oleh masyarakat dikarenakan, jenis usaha ini tidak memiliki aturan mengenai ketentuan modal awal, dan bisa dilakukan dengan modal yang bisa dibilang minim sekalipun.

G. Aspek legalitas

Perbandingan CV atau *Commanditaire Vennotschap* dengan Perseroan Terbatas (PT) jika dilihat dari aspek pendiriannya, cenderung akan lebih mudah menggunakan CV dibanding menggunakan PT, dikarenakan hanya diperlukan syarat seperti:

- Pendirian sebuah badan usaha dapat dilakukan hanya dengan maksimal dua orang, dengan tambahan melampirkan Akta Notaris.

meskipun jika mengacu terhadap peraturan perundang-undangan yang membahas mengenai persoalan Hukum Dagang Di Indonesia menyatakan untuk pendirian sebuah CV tidak diharuskan melampirkan Akta Notaris.

Hal hal yang mesti dipersiapkan dalam proses pembuatan CV diantaranya:

- Lampiran nama usaha atau bisnis yang akan dipakai sebagai sebuah identitas pada CV anda.
- Lokasi sebagai tempat didirikannya CV.
- Menentukan kandidat yang akan menjadi persero pasif maupun ataupun persero aktif.
- Pemaparan secara rinci mengenai tujuan dan maksud pendirian CV.

Sebenarnya syarat yang dibutuhkan untuk menyatakan telah didirikannya sebuah CV terbilang cukup mudah, cukup dengan melampirkan sebuah Akta Notaris saja, akan tetapi jika ingin lebih meyakinkan serta memperkuat kedudukan CV, alangkah baiknya CV tersebut didaftarkan pada Pengadilan Negeri terdekat dengan menyerahkan persyaratan lain seperti:

- Surat Keterangan Domsili perusahaan (SKDP).
- Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) CV tersebut.

