

BAB VI

KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Dari waktu ke waktu terjadi penambahan jumlah kendaraan bermotor secara signifikan terutama di kota – kota besar. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pengguna kendaraan roda empat dengan kategori kendaraan penumpang bukan umum di Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 16.440.987 kendaraan roda empat. Sedangkan berdasarkan data dari Dinas Perhubungan Kota Bandung, jumlah kendaraan roda empat di Kota Bandung pada tahun 2018 sejumlah 536.973-unit dengan penambahan sejumlah 11% per tahun nya. Pertumbuhan kendaraan roda empat dipengaruhi oleh tingkat mobilitas masyarakat yang semakin tinggi. Salah satu penyebabnya adalah semakin dekat hunian dengan daerah pusat kota, maka semakin tinggi harga properti. Itulah sebabnya orang cenderung memilih tinggal di daerah pinggiran kota atau sub urban meskipun bekerja/beraktivitas di daerah pusat kota. Berdasarkan data tersebut, tercermin bahwa bisnis yang terkait dengan kendaraan bermotor merupakan bidang yang potensial.

Berdasarkan observasi yang sudah dilakukan (lihat BAB 1), Situasi tersebut kemudian memunculkan tiga persoalan yang dialami oleh para pemilik kendaraan road empat pribadi yang tinggal di wilayah pinggiran kota. Pertama, Perawatan mesin secara berkala. Kedua, persoalan penyimpanan kendaraan di area rumah yang terbatas (keterbatasan area parkir mobil). Ketiga, persoalan

dalam menjaga kendaraan untuk tetap bersih. Skripsi ini terfokus pada persoalan kendala menjaga kebersihan kendaraan.

Selanjutnya dilakukan uji validitas argument dengan melakukan penelitian dengan metode wawancara bebas kepada 50 narasumber pemilik kendaraan roda empat yang bertempat tinggal di pinggiran kota dan menunjukkan hasil bahwa pemilik kendaraan memiliki permasalahan dalam menjaga kebersihan kendaraan roda empat pribadinya. Penelitian diperdalam dengan mencari tau apa saja *pain points* yang dialami pemilik kendaraan, dan menghasilkan pada dua *pain points* utama dalam menjaga kebersihan kendaraan roda empat pribadi yakni keterbatas waktu dan kendala air. (Kendala air disebabkan pada terbatasnya air bersih pada musim tertentu seperti musim kemarau). Sehingga masalah utama berakar pada masalah waktu.

Serta dilakukan penelitian lebih dalam untuk mengetahui apa saja opsi yang biasa dipilih oleh pemilik kendaraan membersihkan kendaraan dan apa saja pengorbanan atas masing masing opsi tersebut. Kedua opsi tersebut adalah mencuci mobil sendiri di rumah atau alternatif lain dengan pergi ke cuci mobil konvensional. Pengorbanan yang harus ditempuh dengan mencuci mobil sendiri adalah air yang terbatas, waktu yang cukup lama akibat keterbatasan kemampuan/ skill dan tenaga yang dimiliki. Sedangkan pengorbanan pergi ke carwash adalah waktu yang lama karena harus menunggu dan tenaga.

Maka dari itu ditentukan bagaimana penyelesaian *pain points* tersebut. Setelah melalui pertimbangan antara bisnis jasa (cuci mobil dengan layanan antar jemput, cuci mobil keliling) dan barang (menjual produk berupa alat cuci

mobil otomatis), keputusan diatuhkan pada bisnis jasa yakni jasa cuci mobil keliling karena tidak membutuhkan modal yang terlalu besar, praktis dan dapat menyelesaikan *pain points* keterbatasan waktu dan air. Selanjutnya pertimbangan atas kendaraan apa yang akan digunakan sebagai armada operasional cuci mobil keliling, dan keputusan diatuhkan pada motor roda tiga dengan box custom karena berukuran tidak terlalu besar namun dapat membawa cukup banyak muatan, serta cc yang tidak besar sehingga irit bahan bakar. Serta metode cuci yang digunakan, terdapat beberapa opsi yakni cuci waterless, cuci uap, dan cuci mobil menggunakan pompa cuci mobil khusus. Keputusan diatuhkan pada pompa cuci mobil karena harga terjangkau, biaya operasional rendah, mudah digunakan, daya tidak terlalu besar dan praktis dibawa.

Selanjutnya memasuki tahap prototype yakni pemilihan peralatan untuk proses pencucian. Keputusan diatuhkan pada motor roda 3 dengan box, pompa air cuci mobil, genset, toren air 250 liter, dan vacuum cleaner. Serta pemilihan perlengkapan proses cuci yakni lap kanebo, microfiber sikat dan bahan baku yakni sabun dan semir. Proses pencucian disesuaikan dengan kondisi lapangan yang kemudian dirumuskan dalam standar SOP pencucian.

Selanjutnya penelitian memasuki tahap test dimana mencoba memasarkan layanan, baik secara offline dengan brochure maupun online dengan media sosial. Kegiatan marketing tersebut berhasil membuahkan hasil yakni tingginya antusias dari pemilik kendaraan. Seiring berjalannya kegiatan operasional, para pendiri ikut berkeliling dari satu konsumen ke konsumen lainnya untuk

melakukan evaluasi dan menanyakan feedback dari pemilik kendaraan. Informasi yang berhasil diperoleh digunakan untuk evaluasi kinerja dan sebagai data untuk pengambilan keputusan dalam pengembangan layanan.

Dalam perwujudannya, ide bisnis ini diberi nama Clink Cuci Mobil Keliling, dengan layanan cuci mobil panggilan yang dapat berpindah mengikuti jam dan lokasi yang diinginkan konsumen. Waktu operasional yakni buka setiap hari kecuali hari rabu, pukul 09:00 hingga 18:00. Dalam satu hari operasional, pada satu armada dan satu pekerja dapat mencuci hingga lima mobil. Sedangkan dengan dua karyawan pada satu armada dapat mencuci hingga 10 kendaraan per harinya. Clink memiliki SOP pelayanan, seperti SOP dalam pengerjaan, dimana sebelum dicuci, mobil di inspeksi terlebih dahulu oleh karyawan Clink menggunakan form inspeksi. Dengan tujuan mencegah kesalahpahaman antara pemilik kendaraan dengan Clink.

Berdasarkan hasil analisa SWOT, didapatkan hasil berupa kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Clink. Berdasarkan hasil dari matrix swot pada sub bab sebelumnya, didapatkan empat buah opsi rencana yang dapat diolah kembali agar menjadi sebuah skema rencana utama yang dapat diterapkan oleh Clink Cuci Mobil Keliling. Opsi rencana yang didapatkan berdasarkan hasil analisis matrix SWOT tersebut adalah Menciptakan inovasi layanan baru, Meningkatkan sistem SDM dan menjaga kestabilan keuangan perusahaan, Motivasi Clink agar terus melakukan riset dan development dan berinovasi menciptakan layanan yang baru, dan Menciptakan sistem kepegawaian yang lebih baik.

Berdasarkan keempat point rencana tersebut, dapat disederhanakan menjadi sebuah gagasan utama yakni Berinovasi dengan membuka layanan baru sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pasar (konsumen pemilik kendaraan), serta Memperbaiki sistem sumber daya manusia perusahaan. Dengan sistem SDM yang lebih baik, rencana pengembangan layanan dapat direalisasikan dan berjalan dengan baik. Pengembangan layanan menjadi peluang bagi Clink agar mampu melebarkan sayap dalam dunia cuci mobil di Kota Bandung bahkan Indonesia. Berdasarkan hasil wawancara bebas yang dilakukan pemilik kepada konsumen Clink (Data terdapat pada Lampiran), didapatkan data berupa feedback mengenai permintaan atau kebutuhan atas layanan tambahan yakni poles exterior kendaraan (meliputi body dan kaca) serta cuci mobil premium. Serta berdasarkan hasil perhitungan (BAB 5.4.1) diketahui bahwa pendapatan yang didapatkan per kendaraan dari layanan poles exterior body dan jamur kaca serta cuci mobil premium cukup besar.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya, peneliti menyarankan Clink untuk membuka layanan baru selain cuci mobil regular, yakni cuci mobil premium dan salon mobil yang mencakup poles eksterior body dan poles jamur kaca. Guna memikat pelanggan baru dan memepertahankan pelanggan lama, sebaiknya dilakukan kegiatan marketing berupa promosi baik secara offline maupun online serta pemberian potongan harga khusus untuk menarik perhatian dan minat konsumen untuk memesan layanan poles eksterior dan cuci mobil premium.

Peneliti juga menyarankan Clink untuk mengevaluasi dan memperbaiki sistem SDM untuk mengatasi kekurangan yang dialami saat ini yakni keterbatasan sumber daya manusia. Dengan sistem SDM yang lebih baik, termasuk pengaturan hak dan kewajiban yang lebih jelas dan tegas.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Morissan. M. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Jack, Damico S (Ed) dan Martin J. Ball (Ed). 2019. *The SAGE Encyclopedia of Human Communication Sciences and Disorders*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Bandung, Humas Kota. 2018. "Inilah Sejumlah Rencana Pemkot Bandung Mengatasi Kemacetan." *Humas Kota Bandung*. 2018.
<http://humas.bandung.go.id/humas/berita/inilah-sejumlah-rencana-pemkot-bandung-mengatasi-k>.
- Bednar, Richard, Natalia Tariskova, and Branislav Zagorsek. 2016. *Startup Revenue Model Failures. Montenegrin Journal of Economics*. Vol. 14.
http://www.mnje.com/sites/mnje.com/files/test/vol._14_no._4.pdf#page=141.
- BPS. 2018. "Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis, 1949-2018." 2018. <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1133>.
- Ebert, Ronald J., and Ricky W. Griffin. 2017. *Business Essentials*. Essex: Pearson.
- Grünig, Rudolf, and Richard Kühn. 2015. *The Strategy Planning Process: Analyses, Options, Projects. The Strategy Planning Process: Analyses, Options, Projects*. Berlin: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-45649-1>.
- Jakhotiya, Girish P. 2013. *Strategic Planning, Execution, and Measurement (SPEM)*. Florida: CRC Press.
- Kingsnorth, Simon. 2016. *Digital Marketing Strategy*. Philadelphia: Kogan Page

- Limited.
- Osterwalder, Alexander dan Yves Pigneur. 2009. *Business Model Generation*.
Netherlands: Modderman Drukwek Amsterdam.
- Perecman, Ellen (Ed) dan Sara R. Curran (Ed). 2006. *A Handbook for Social
Science Field Research*. United States of America: Sage Publications.
- Robert, McKay. 2008. *Opportunities in Your Own Service Business*. Revised Ed.
New York: The McGraw-Hill Companies.
<https://doi.org/10.1036/0071482105>.
- Roterberg, Christian Mueller. 2018. *Handbook of Design Thinking*.
- Sapsford, Roger (Ed) dan Victor Jupp(Ed). 2006. *Data Collection and Analysis*.
London: Sage Publications.
- Ruskin-Brown, Ian. 2005. *Marketing Your Service. Marketing Your Service
Business*. 1st ed. London: Thorogood Publishing Ltd.
<https://doi.org/10.1016/B978-1-84334-069-0.50022-7>.
- Stacey, R. (1993). *Strategic Management and Organisational Dynamics*, Pitman,
London.
- Williams, Kevan. 2009. *Strategic Management*. Edited by Peter James. *Business*.
New York: DK Publishing.
- Yusuf, A. Muri . 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian
Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.