



Universitas Khatolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Strategi Pengembangan Bisnis Startup
“CLINK!” Cuci Mobil Keliling
Dalam Bentuk Penambahan Wilayah Operasional

Skripsi
Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh
Axzel Ezraferanza Bagaskara
2016320164

Bandung
2020



**Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A
SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Strategi Pengembangan Bisnis Startup
“CLINK!” Cuci Mobil keliling
Dalam Bentuk Penambahan Wilayah Operasional**

Skripsi
Oleh
Axzel Ezraferanza Bagaskara
2016320164

Pembimbing
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

Bandung
2020


Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis




Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Axzel Ezraferanza Bagaskara
Nomor Pokok : 2016320164
Judul : Strategi Pengembangan Bisnis Start-up CLINK! Cuci Mobil Keliling dalam Bentuk Penambahan Wilayah Operasional


Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 3 Agustus 2020
Dan dinyatakan

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Marihhot Tua Efendi Hariandja, Drs., M.Si. : 

Sekretaris
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. :  10 Agustus 2020

Anggota
Fransiska Anita Subari, S.S., M.M. :  10.8.2020

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Lembar Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Axzel Ezraferanza Bagaskara

NPM : 2016320164

Jurusan/Program Studi: Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Strategi Pengembangan Bisnis Start-up CLINK! Cuci Mobil Keliling
dalam Bentuk Penambahan Wilayah Operasional

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 21 July 2020



Axzel Ezraferanza Bagaskara

Abstrak

Nama : Axzel Ezraferanza Bagaskara

NPM : 2016320164

Judul : **STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS STRATUP
“CLINK!” CUCI MOBIL KELILING DALAM BENTUK
PENAMBAHAN WILAYAH OPERASIONAL**

“CLINK!” Cuci Mobil keliling adalah bisnis startup yang bergerak di bidang cuci mobil keliling di kota Bandung. Pendirian Clink didasari pada penelitian menggunakan *design thinking* yaitu *Emphatize, Define, Ideate, Prototype, dan Test* yang menunjukkan adanya masalah yang dialami oleh pemilik kendaraan ketika ingin menjaga kebersihan mobil mereka, yaitu masalah keterbatasan waktu. Maka dari itu, pendiri menjadikan layanan “CLINK!” yaitu cuci mobil keliling sebagai solusi dari permasalahan tersebut.

Clink memulai kegiatan operasionalnya pada tanggal 15 Januari 2020 dan berencana untuk melakukan pengembangan ke seluruh kota di Indonesia. Oleh karena itu, Clink melakukan survey dengan metode wawancara bebas terhadap konsumen Clink untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan internal Clink dari sudut pandang eksternal. Clink juga melakukan analisis menggunakan Porter’s Five Forces Model untuk mengetahui lima kekuatan kompetitif pada industri cuci mobil. Data tersebut kemudian diolah menggunakan metode Analisis SWOT yang kemudian dikombinasikan menjadi Kekuatan dan Peluang (SO), Kekuatan dan Tantangan (ST), Kelemahan dan Peluang (WO), dan Kelemahan dan Tantangan (WT) sehingga akhirnya dapat menjadi dasar bagi pengembangan Clink kedepannya.

Rencana pengembangan yang diusulkan adalah dengan menambah wilayah operasional untuk mampu menjangkau lebih banyak konsumen di lokasi-lokasi lain yang juga mengalami masalah keterbatasan waktu untuk menjaga kebersihan mobil mereka.

Kata kunci: strategi pengembangan,

Abstract

Name: Axzel Ezraferanza Bagaskara

NPM: 2016320164

Title: ***STARTUP BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY FOR
“CLINK!” HOME SERVICE CAR WASH IN ADDITION TO
INCREASE OPERATIONAL AREA***

“CLINK!” Car Wash is a startup business for home service car wash in Bandung. Clink’s established was based on the design thinking of emphasize, define, ideate, prototype, and test, that demonstrated the problem of the owners desire to maintain their cars clean because of time constraints. That’s why the founders made the “CLINK!” service to be a solution to that problem.

“CLINK!” began its operation on January 15, 2020, and planned to expand to all cities in Indonesia. Clink conducted an interview method for Clink’s customers to see the strengths and weakness of Clink’s internal affairs from an external point of view. Clink also analyzes using Porter’s Five-Forces model to identify Five of the Competitive Forces in the car wash industry. Then, the data is analyzed using SWOT method of analysis that are combined into Strength and Opportunities (SO), Strength and Threat (ST), Weakness and Opportunities (WO), and Weakness and Threat (WT) so that it’s content can become the basis for future Clink development.

The proposed of this development plan is to increase operational territory to be able to reach more consumers at other locations who are also experiencing time-limitation problems to keep their cars clean.

Key Word: Development Strategy

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat yang diberikan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Startup “Clink!” Cuci Mobil Keliling Dalam Bentuk Penambahan Wilayah Operasional”.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, namun dengan ditulisnya skripsi ini penulis dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya. Dalam melakukan dan menyelesaikan penulisan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

- Kepada Tuhan Yang Maha Esa yang sudah menyertai dalam penulisan skripsi ini
- Kepada orang tua penulis, Ferry Siswanto Kosnadi dan Welmintje Naomi, yang telah mendukung dalam memberi doa, semangat, motivasi dan nasihat dalam proses penulisan skripsi ini.
- Kepada adik penulis, Bertrand Varrel Obaja, yang telah memberi dukungan doa dan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
- Kepada Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan, ilmu, arahan, motivasi, dukungan, dan telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.

- Kepada seluruh dosen pengajar di Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama penulis menempuh kegiatan studi.
- Kepada Vivian Nathalia Surjadi yang telah mendukung, mendoakan, membantu, dan memberikan semangat kepada penulis
- Kepada Evelyn Priscilia Surjadi atas dukungan, bantuan, dan semangat yang diberikan kepada penulis
- Kepada rekan-rekan seperjuangan Tim Clink Indonesia, Marco Felix, Gorivano Agasta, Tiffany Murjadi, selaku orang-orang yang telah berjuang bersama menjalankan bisnis Clink dan bersama sama berjuang mengerjakan skripsi ini bersama.
- Kepada Crew Clink
- Kepada sahabat-sahabat selama kuliah yang memberikan semangat dan motivasi selama penulis mengerjakan skripsi ini.
- Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan secara satu persatu

Demikian merupakan kata-kata yang penulis sampaikan. Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, memberi doa, memberikan motivasi, memberi dukungan dan semangat selama pengerjaan skripsi ini berlangsung.

Bandung, Juli 2020

Axzel Ezraferanza Bagaskara

DAFTAR ISI

Tanda Persetujuan Skripsi.....	i
Lembar Pernyataan.....	iii
Abstrak.....	v
Abstract.....	vii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Kerangka Berpikir.....	1
1.1.1. Empathize.....	1
1.1.2. Define.....	5
1.1.3. Ideate.....	8
1.1.4. Prototype.....	14
1.1.5. Test.....	17
1.2. Perwujudan Ide Bisnis.....	19
1.2.1. Perkembangan Clink dari Waktu ke Waktu.....	21
1.2.2. Periode Pertama.....	22
1.2.3. Periode Kedua.....	23
1.2.4. Periode Ketiga.....	24
1.2.5. Periode Keempat.....	25
1.2.6. Periode Kelima.....	25
1.2.7. Periode Keenam.....	27
1.3. Pengembangan.....	27
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	31
2.1. Bisnis Jasa.....	31
2.2. Fungsi Bisnis.....	33
2.2.1. Marketing.....	33
2.2.2. Operasional.....	33

2.2.3. Finance	33
2.2.4. Human Resource	33
2.3. Startup	35
2.4. Strategi Pengembangan Bisnis Startup	37
2.4.1. Design Thinking	37
2.4.2. Business Model Canvas	38
2.4.3. SWOT	40
2.4.4. Pengembangan Bisnis	40
2.5. Ekspansi	42
BAB 3 METODE PENELITIAN	43
3.1. Jenis Penelitian	43
3.2. Metode Penelitian	43
3.3. Rumusan Ide Bisnis	44
3.4. Rumusan Strategi Bisnis	44
3.5. Teknik Pengumpulan Data	44
3.6. Teknik Analisa Data	45
BAB 4 LATAR BELAKANG BISNIS	47
4.1. Profil Perusahaan	47
4.2. Struktur Perusahaan	50
4.3. Pembagian Modal	50
4.4. Badan Hukum Perusahaan	50
4.5. Administratif Perusahaan	51
4.6. Uraian Seluruh Fungsi Bisnis	52
4.6.1. Marketing	53
4.6.2. Finance	54
4.6.3. Operational	54
4.6.4. Human Resource	54
4.7. BMC Awal	55
4.7.1. Value Proportion	57
4.7.2. Customer Segments	58
4.7.3. Channel	58

4.7.4.	Costumer Relationship	58
4.7.5.	Key Activities.....	59
4.7.6.	Key Resource	59
4.7.7.	Key Partner.....	60
4.7.8.	Cost Structure	60
4.7.9.	Revenue Stream.....	61
BAB 5	RENCANA DAN PENGEMBANGAN BISNIS CLINK	63
5.1.	Analisis SWOT dan 5 Forces	63
5.1.1.	Internal	63
5.1.1.1.	Strength	63
5.1.1.2.	Weakness.....	63
5.1.2.	Eksternal.....	64
5.1.2.1	Opportunity	64
5.1.2.2	Threat	64
5.1.2.3	5 Forces	65
5.2.	SO – ST – WO – WT	67
5.3.	BMC Pengembangan.....	69
5.3.1.	Value Proportion	71
5.3.2.	Customer Segments	71
5.3.3.	Channels	72
5.3.4.	Customer Relationship	72
5.3.5.	Key Activities.....	73
5.3.6.	Key Resource	73
5.3.7.	Key Partner.....	74
5.3.8.	Cost Structure	75
5.3.9.	Revenue Stream.....	75
5.4.	Rencana Pengembangan.....	76
5.4.1.	Mengapa Perluasan Wilayah?.....	76

5.4.2. Opsi Pengembangan Wilayah Operasional	77
5.4.3. Analisa Pasar	79
5.4.4. Wilayah Tinggi Peminat	82
5.4.5. Kecocokan Customer Segment di Wilayah Baru	82
5.4.6. Model Bisnis Clink di Lokasi Baru	83
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
6.1. Kesimpulan	85
6.2. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pengertian Bisnis Jasa	32
Gambar 2.2 Siklus Startup	36
Gambar 4.1 Logo Clink	47
Gambar 4.2 Struktur Perusahaan Clink.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tanggung Jawab Pemilik Mobil.....	1
Tabel 1.2 Pengorbanan yang Dibutuhkan untuk Mencuci Mobil Sendiri.....	6
Tabel 1.3 Pengorbanan yang Dibutuhkan untuk Mencuci Kendaraan di Carwash ...	7
Tabel 1.4 Ide Bisnis Cuci Mobil	8
Tabel 1.5 Pilihan Metodi Cuci	12
Tabel 1.6 Periode Perkembangan.....	21
Tabel 1.7 Total Mobil yang Sudah Dicuci	27
Tabel 1.8 Costumer Satisfaction Data.....	28
Tabel 4.1 Tabel Fungsi Bisnis Clink.....	52
Tabel 4.2 Business Model Canvas 1.0	55
Tabel 5.1 Strength & Weakness.....	63
Tabel 5.2 Opportunity & Threat.....	64
Tabel 5.3 5 Forces of Clink.....	65
Tabel 5.4 Hubungan SWOT.....	67
Tabel 5.5 Business Canvas Model 2.0	69
Tabel 5.6 Opsi Pengembangan Wilayah	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Transaksi Unit Pertama.....	87
Lampiran 2: Transaksi Unit Kedua.....	87
Lampiran 3: Persiapan Unit Pertama.....	87
Lampiran 4: Persiapan Unit Kedua.....	87
Lampiran 5: Custom Box Unit Pertama.....	88
Lampiran 6: Uji Coba Pembuatan Sabun.....	88
Lampiran 7: Uji Coba Metode Cuci.....	88
Lampiran 8: Unit Armada Operasional Clink.....	89
Lampiran 9: Training Calon Pegawai Clink.....	90
Lampiran 10: Kegiatan Operasional Clink.....	91
Lampiran 11: Syarat Penerimaan Kerja.....	92
Lampiran 12: Form Inspeksi Kendaraan.....	92
Lampiran 13: Cashflow Clink Indonesia.....	93
Lampiran 14: Data Wawancara Survey 50 Masyarakat THI & TKI	98
Lampiran 15: Data Wawancara Konsumen Clink	103
Lampiran 16: Data Permintaan Pengembangan Clink via Instagram	110

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Kerangka Berpikir

1.1.1. Empathize

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik, pada tahun 2019, jumlah Angkatan Kerja yang terdapat di Indonesia berjumlah 136.183.032 jiwa dan tentunya masyarakat yang masuk dalam kategori angkatan kerja tersebut setiap harinya melakukan mobilitas untuk beraktivitas. Namun, menurut data yang didapat dari Kepala Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek, masyarakat yang menggunakan transportasi umum hanya 15%. Sedangkan 85% sisanya menggunakan kendaraan pribadi.

Hal ini sejalan dengan tingkat pertumbuhan kendaraan di Indonesia yang terus bertambah setiap tahunnya. Data terakhir yang didapatkan dari Badan Pusat Statistik yang melakukan penelitian terhadap Perkembangan Jumlah kendaraan Bermotor, pada tahun 2018, jumlah kendaraan bermotor jenis mobil penumpang di Indonesia ada 16.440.987 unit. Bahkan sejak tahun 2012, tingkat pertumbuhan mobil penumpang di Indonesia selalu mendekati 1.000.000 unit dan bahkan lebih. Namun setelah membeli kendaraan, pemilik kendaraan juga harus memenuhi beberapa tanggung jawab terkait dengan kendaraan milik mereka, khususnya mobil.

Tabel 1.1 Tanggung Jawab Pemilik Mobil

No	Tanggung Jawab	Frekuensi
1	Penyimpanan mobil	Sebelum membeli mobil
2	Perawatan mesin	6 bulan sekali / setiap 5000km
3	Kebersihan mobil	1 – 3 minggu sekali

Tanggung jawab yang pertama adalah tentang tempat penyimpanan kendaraan mereka. Sebaiknya sebelum memutuskan untuk membeli kendaraan bermotor, calon pemilik kendaraan harus memikirkan terlebih dahulu akan disimpan dimana kendaraan mereka nantinya. Apakah rumah mereka memiliki tempat penyimpanan yang memadai atau harus menyewa garasi untuk menyimpan kendaraan mereka? Hal ini diatur oleh Pasal 104 ayat 1 Peraturan Daerah DKI Jakarta Nomor 5 tahun 2014 tentang Transportasi menyatakan bahwa setiap orang atau badan usaha pemilik kendaraan bermotor wajib memiliki atau menguasai garasi. Serta disampaikan juga pada ayat 2 bahwa setiap orang atau badan usaha pemilik kendaraan bermotor dilarang menyimpan kendaraan bermotor di ruang milik jalan.

Hukuman bagi yang melanggar dengan memarkirkan mobil di jalanan umum adalah diderek oleh Dinas Perhubungan, bahkan di jalanan perumahan sekalipun. Selain itu, memarkir mobil di jalanan umum tentunya akan mengganggu lalu lintas di area tersebut karena menghalangi jalan. Juga sayang apabila kendaraan yang dibeli mahal-mahal diparkir di tempat terbuka yang terkena langsung sinar matahari dan air hujan.

Tanggung jawab kedua adalah tentang perawatan mesin mobil. Biasanya menurut buku panduan yang dimiliki oleh setiap mobil, mewajibkan pemiliknya untuk melakukan perawatan rutin ke bengkel resmi setiap 6 bulan sekali atau setiap 5000 km, tergantung mana yang tercapai terlebih dahulu. Hal ini diperlukan untuk menjaga performa kendaraan agar selalu optimal dan siap digunakan kemanapun. Rutinitas merawat kendaraan akan membuat umur pakai dari kendaraan menjadi

lebih panjang. Kerusakan kecil akan cepat terdeteksi dan diperbaiki sehingga tidak merembet ke komponen lainnya dan mobil selalu enak ketika digunakan.

Tanggung jawab ketiga yang harus dipenuhi oleh pemilik mobil adalah menjaga kebersihan mobilnya luar dan dalam. Biasanya pemilik mobil membersihkan mobilnya sekitar 1-3 minggu sekali agar tetap nyaman dan aman ketika digunakan. Bahkan ada juga yang mencuci mobilnya setiap hari. Dengan menjaga kebersihan mobil, maka dapat menjaga kondisi eksterior agar tidak berjamur, tidak berkarat, dan tidak terlihat kusam. Kondisi eksterior yang baik juga dapat meningkatkan rasa percaya diri pemiliknya ketika sedang menggunakan mobil tersebut. Selain itu, interior yang bersih membuat nyaman pengguna mobil tersebut dan menghindarkan dari berbagai macam penyakit seperti alergi dan flu. Namun untuk rutin menjaga kebersihan eksterior dan interior mobil, membutuhkan banyak pengorbanan.

Untuk mengetahui hal tersebut, pendiri melakukan wawancara bebas untuk mencari tahu apakah ada banyak orang yang memiliki masalah dalam menjaga kebersihan kendaraannya, khususnya mobil. Pendiri melakukan wawancara kepada 50 orang berusia 17-30 tahun dari tingkat ekonomi menengah ke atas mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga karyawan dan wiraswasta. Dari hasil interview tersebut, didapatkan hasil bahwa 40 dari 50 orang memiliki masalah dalam menjaga kebersihan kendaraan mereka.

Pendiri melakukan interview kepada orang-orang yang bertempat tinggal di Kompleks Perumahan Taman Holis Indah dan Taman Kopo Indah. Karena orang yang bertempat tinggal di perumahan biasanya adalah orang dengan ekonomi menengah keatas dan memiliki aktivitas dengan mobilitas yang tinggi karena

perkantoran, sekolah, dan universitas, umumnya berada di daerah perkotaan, sedangkan perumahan cenderung berada di pinggiran kota, sehingga orang cenderung untuk pergi dari pagi dan pulang ketika sudah larut malam. Untuk menunjang mobilitas yang tinggi, maka biasanya orang-orang tersebut memiliki lebih dari satu mobil.

Untuk menjaga kebersihan mobil, bisa dengan mencuci sendiri ataupun dengan membawa ke car wash. Namun, masing-masing opsi tersebut memiliki kekurangannya masing-masing.

Apabila mencuci sendiri kendaraan, umumnya orang-orang dengan mobilitas tinggi memiliki keterbatasan waktu karena tidak tersedianya waktu luang untuk dapat mencuci mobil akibat kesibukan aktivitas sehari-hari. Terlebih mayoritas memiliki tempat kerja yang jauh dari tempat tinggalnya sehingga banyak waktu yang terbuang di jalanan baik untuk pergi ke kantor maupun untuk pulang ke rumah. Untuk mencuci sendiri kendaraan, dibutuhkan waktu 2-3 jam per mobil agar dapat bersih maksimal. Selain itu, beberapa lokasi yang mengandalkan air sumur sebagai sumber air di rumah mereka, seperti Taman Holis Indah dan Taman Kopo Indah, biasanya sering terjadi kekurangan air bersih ketika sedang musim kemarau sehingga mengharuskan mereka untuk membeli air bersih untuk dipakai sehari-hari. Sedangkan untuk mencuci kendaraan, menurut penelitian yang dilakukan oleh Direktorat Jendral Cipta Karya pada tahun 2006, untuk mencuci satu kendaraan membutuhkan air sebanyak 200-300 Liter. Sedangkan untuk mencukupi kebutuhan air harian saja mereka sudah kekurangan, maka tidak lagi terpikirkan untuk mengalokasikan persediaan air yang terbatas itu untuk mencuci mobil.

Apabila mencuci kendaraan dengan mendatangi car wash, kendala yang dialami adalah keterbatasan waktu, karena di car wash biasanya terdapat antrian yang panjang ketika akan mencuci mobil sehingga menyebabkan waktu tunggu yang lama. Umumnya jumlah total waktu tunggu dan mencuci kendaraan di car wash adalah sekitar 2-3 jam. Sebagai orang dengan aktivitas yang padat dan mobilitas yang tinggi, tentu membuang waktu 2-3 jam di tempat cuci mobil akan sangat menjengkelkan. Terlebih karena ruang tunggu yang disediakan terbatas dan biasanya kurang nyaman sehingga konsumen tidak bisa melakukan hal lain seperti mengerjakan pekerjaan kantor atau tugas kuliah sembari menunggu proses pencucian mobil mereka selesai. Solusi yang dapat menjadi jawaban dari permasalahan ini mungkin adalah dengan menitipkan kendaraan konsumen di tempat cuci yang berada di dekat lokasi mereka. Namun, tempat cuci di area Holis Kopo tidak memiliki layanan penitipan kendaraan karena keterbatasan lahan yang dimiliki oleh tempat cuci tersebut.

Dengan demikian, yang menjadi kendala utama dalam menjaga kebersihan kendaraan mereka adalah keterbatasan waktu dan keterbatasan air.

1.1.2. Define

Bentuk bisnis jasa cuci mobil ini dipilih karena jika dilihat dari tingkat frekuensinya, menjaga kebersihan kendaraan adalah yang paling sering dibutuhkan oleh orang banyak. Pemilik mobil membutuhkan mobil yang bersih namun berdasarkan hasil pengumpulan data yang peneliti lakukan terhadap 50 narasumber dengan cara wawancara bebas, mencuci mobil sendiri maupun ke tempat cuci mobil membutuhkan pengorbanan yang sangat banyak sehingga terkadang mereka mau tak mau mencoba untuk acuh terhadap kebersihan kendaraan mereka.

Apa saja pengorbanan yang dibutuhkan untuk mencuci mobil sendiri?

Tabel 1.2 Pengorbanan yang Dibutuhkan untuk Mencuci Mobil Sendiri

No	Komponen	Keterangan
1	Air	Beberapa lokasi mengalami kesulitan air terlebih ketika musim kemarau sehingga tidak memungkinkan untuk mencuci sendiri kendaraan.
2	Waktu	Mencuci mobil sendiri, memakan waktu yang lama karena tidak semua orang tahu bagaimana tahapan mencuci yang efektif dan efisien.
3	Skill	Untuk mencuci sendiri, kebanyakan pemilik mobil tidak memiliki skill sehingga hasil cucinya tidak maksimal dan memakan waktu yang lama.
4	Tenaga	aktivitas yang padat dan mobilitas yang tinggi menyebabkan pemilik kendaraan tidak sempat atau memilih untuk beristirahat di waktu senggang mereka daripada mencuci sendiri kendaraan mereka.

- **Air**

Air yang dibutuhkan untuk mencuci mobil cukup banyak untuk mencuci mobil (sekitar 200-300L). Terdapat kendala di beberapa lokasi yang mengalami kesulitan air, terlebih ketika musim kemarau sehingga tidak mungkin untuk mencuci sendiri kendaraan.

- **Waktu**

Mencuci mobil sendiri memakan waktu yang lama karena tidak semua orang mengetahui bagaimana tahapan mencuci mobil yang efektif dan efisien. Rata-rata waktu yang dibutuhkan sekitar 2 hingga 3 jam untuk satu mobil dan tidak semua orang memiliki waktu luang untuk mencuci mobilnya.

- **Skill**

Skill atau kemampuan mencuci mobil sendiri tidak dimiliki oleh sebagian besar dari pemilik mobil. Pemilik mobil tidak memahami skill mencuci yang benar sehingga hasil cuci tidak maksimal dan memakan waktu yang lama.

- **Tenaga**

Aktivitas yang padat dan mobilitas yang tinggi menyebabkan pemilik kendaraan tidak sempat atau memilih untuk beristirahat di waktu senggang mereka daripada mencuci sendiri kendaraan mereka.

Alternatif lain untuk menjaga kebersihan kendaraan selain mencuci sendiri kendaraan mereka adalah dengan membawa kendaraan ke carwash. Namun hal ini juga membutuhkan pengorbanan.

Tabel 1.3 Pengorbanan yang Dibutuhkan untuk Mencuci Kendaraan di Carwash

No	Komponen	Keterangan
1	Waktu	Mencuci mobil di tempat konvensional, memakan waktu yang lama karena harus antri dan memerlukan juga waktu untuk menunggu proses pencucian.
2	Tenaga	Sebagian besar tempat kurang nyaman dan harus menunggu waktu yang cukup lama sehingga tenaga pun turut terpengaruh.

- **Waktu**

Mencuci mobil di tempat cuci konvensional memakan waktu yang lama karena harus antri. Total waktu yang dibutuhkan berkisar antara 2-3 jam. Hal ini menyebabkan banyak waktu yang terbuang percuma selama menunggu antrian

dan proses pencucian. Konsumen tidak bisa melakukan pekerjaan atau tugas mereka ketika menunggu karena banyak lokasi yang tidak memiliki ruang tunggu yang nyaman dan fasilitas yang memadai seperti free wifi.

- **Tenaga**

Waktu tunggu yang cukup lama, dan tempat tunggu yang kurang nyaman menyebabkan orang menjadi lelah menunggu ketika mencuci mobil mereka.

1.1.3. Ideate

Terdapat dua pain points yang harus diselesaikan, yaitu masalah keterbatasan waktu dan masalah keterbatasan air. Untuk itu maka pendiri memutuskan untuk membuat layanan yang dapat mempermudah pemilik mobil dalam menjaga kebersihan kendaraan mereka tanpa harus mengorbankan waktu dan khawatir terhadap air yang terbatas dengan cara membuat bisnis jasa berkaitan dengan layanan tersebut.

Pain points tersebut dijawab dengan beberapa pemikiran ide bisnis, yaitu:

Tabel 1.4 Ide Bisnis Cuci Mobil

Bisnis Jasa	Jasa carwash yang bisa antar jemput	kelebihan	Praktis, Nilai lebih dari bisnis cuci mobil konvensional lainnya
		Kekurangan	orang susah percaya untuk menitipkan mobilnya
			Resiko tinggi karena memegang kunci mobil konsumen
			fix cost tinggi: Harus sewa lokasi atau lahan yang luas
			Harus memiliki sumber air bersih dengan skala besar
			Harus mengolah limbah agar ramah lingkungan dan tidak melanggar hukum *UU no 32 th 2009 ttg pengelolaan lingkungan hidup*
Harus membayar PBB, Pajak Air Tanah, dll			
Bisnis Jasa	Jasa cuci keliling	kelebihan	Modal dan biaya sedang
			supaya lokasi cuci dapat lebih fleksibel, dan praktis bagi konsumen
			Mobilitas tinggi, dapat menyesuaikan dengan lokasi konsumen

			bisa pindah ke lokasi lain kalo ga laku
			Dapat fleksibel menyesuaikan dengan waktu konsumen
		kekurangan	Membutuhkan waktu lebih untuk mobilisasi armada
			jangkauan operasional dan kapasitas terbatas
Bisnis Produk	Jual Produk: cuci mobil otomatis pakai tenda	Kelebihan	Dapat mencuci kendaraan dengan praktis dan cepat
			Lokasi fleksibel dan tidak terbatas
			Kapasitas cuci tidak terbatas
		Kekurangan	pemasangan sulit, perlu tempat penyimpanan yang luas
Tinggi biaya modal riset & produksi			

A. Bisnis jasa carwash yang bisa antar jemput

Bisnis ini memiliki kelebihan pada sisi kepraktisan, karena antar jemput dapat menjadi nilai lebih bagi bisnis ini dibandingkan dengan cuci mobil konvensional lainnya. Sehingga konsumen tidak perlu lagi menunggu antrian serta proses cuci di tempat cuci mobil.

Namun, terdapat beberapa kekurangan dari bisnis carwash ini, yaitu pemilik mobil akan sulit mempercayakan mobilnya untuk ditiptkan pada orang lain. Serta pihak yang ditiptkan pun memiliki resiko yang tinggi karena membawa mobil milik konsumen, terlebih karena lalu lintas di Indonesia yang semrawut, serta jalanan di Indonesia cukup sulit diprediksi. Selain itu, untuk dapat membuat carwash konvensional yang mampu menampung mobil yang cukup banyak maka diperlukan lahan dan lokasi yang cukup luas. Hal ini akan menyebabkan fix cost yang tinggi karena harus menyewa lahan yang besar serta urusan pajak yang rumit. Selain itu, bisnis carwash konvensional seperti ini juga mengharuskan penyedia layanan untuk memiliki sumber air bersih dengan skala besar untuk memenuhi kebutuhan. Serta tak lupa harus juga memiliki sistem pengolahan limbah agar tidak

merusak lingkungan serta tidak melanggar UU no 32 tahun 2009 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Ide bisnis ini dapat menyelesaikan pain point terkait keterbatasan air di rumah konsumen. Namun, bisnis ini membutuhkan modal yang sangat besar serta memiliki resiko yang tinggi pula. Kunci utama dari bisnis jasa seperti ini adalah kepercayaan konsumen untuk menitipkan mobilnya ke pegawai cuci mobil. Pihak penyedia layanan juga harus memiliki tenaga kerja yang cukup banyak untuk mengakomodir kegiatan operasional cuci serta kegiatan antar jemput ke lokasi konsumen.

B. Bisnis jasa cuci keliling

Bisnis model ini memiliki kelebihan yaitu modal serta biaya operasional yang tidak terlalu tinggi. Lokasi cuci juga dapat disesuaikan dengan posisi konsumen sehingga akan lebih praktis dan fleksibel. Tidak hanya lokasi, melainkan waktu pun juga fleksibel karena dapat disesuaikan dengan jadwal kegiatan konsumen. Selain itu, jika dikemudian hari permintaan di satu lokasi tertentu sudah dirasa kurang, maka lokasi operasional dapat dipindah dengan mudah karena cukup memindahkan armada ke lokasi lain yang dianggap potensial. Namun bisnis jenis ini juga tak luput dari kekurangan, yaitu banyaknya keterbatasan yang cukup mengganggu. Seperti, untuk melakukan mobilisasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya tentu membutuhkan waktu lebih karena harus membereskan alat dari satu lokasi, waktu di perjalanan ketika melakukan mobilisasi, serta menyiapkan kembali alat ketika sampai di rumah konsumen berikutnya. Wilayah operasional juga terbatas karena harus memperhitungkan waktu mobilisasi setiap armada. Karena keterbatasan waktu juga, maka kapasitas cuci setiap armada menjadi terbatas, tidak dapat sebanyak

tempat cuci konvensional. Meskipun demikian, bisnis ini dapat menyelesaikan pain points terkait dengan keterbatasan waktu dan air di rumah konsumen, karena waktu cuci yang dapat disesuaikan dengan jadwal konsumen, serta peralatan yang dibawa sendiri termasuk air, sehingga keterbatasan air di rumah konsumen tidak menjadi halangan.

C. Jual Produk cuci mobil otomatis pakai tenda

Kelebihan dari bisnis model ini adalah dapat mencuci kendaraan dengan praktis dan cepat karena semua serba otomatis, konsumen cukup mendirikan tenda serta memasukan kendaraan ke dalam tenda dan mobil akan bersih ketika keluar. Lokasi cuci juga fleksibel karena tenda dapat dipindah-pindah sesuai dengan lokasi konsumen. Konsumen juga bebas ingin mencuci berapa mobil, disesuaikan dengan kebutuhan.

Kekurangan dari bisnis model ini adalah pemasangan tenda yang sulit serta membutuhkan tempat penyimpanan yang luas. Karena ukuran tenda juga harus cukup besar agar dapat mengakomodir ukuran mobil. Serta tingginya biaya modal untuk riset dan produksi. Menyebabkan bisnis produk menjual tenda cuci mobil otomatis dirasa tidak menyelesaikan pain points keterbatasan waktu dan keterbatasan air. Karena konsumen tetap harus mencuci mobilnya sendiri di rumah menggunakan sumber daya sendiri.

Setelah menimbang-nimbang kelebihan dan kekurangan dari masing-masing ide bisnis yang terpikirkan, maka pemilik memutuskan untuk membuka jasa cuci keliling. Terdapat dua opsi kendaraan yang dapat digunakan sebagai armada untuk cuci keliling. Opsi pertama yaitu menggunakan mobil niaga seperti mobil box atau

blind van. Penggunaan mobil niaga dapat menampung peralatan dan air yang lebih banyak. Namun biaya untuk modal dan operasionalnya sangat tinggi sehingga modal tidak mencukupi. Opsi kedua yang dapat menampung barang bawaan yang cukup banyak adalah motor roda tiga. Motor roda tiga memiliki biaya operasional yang rendah serta kapasitas bawaannya yang mencukupi untuk membawa air dan peralatan cuci. Motor roda tiga juga tentunya relatif lebih terjangkau jika dibandingkan dengan mobil box atau blindvan sehingga masih masuk dengan hitungan modal.

Setelah memilih untuk membuat bisnis cuci keliling, pendiri terpikirkan beberapa metode cuci yang dapat diterapkan.

Tabel 1.5 Pilihan Metodi Cuci

Jenis Cuci	Kelebihan	Kekurangan
Cuci Waterless	<ul style="list-style-type: none"> - Biaya R&D tidak besar - Biaya operasional rendah - Modal Rendah 	<ul style="list-style-type: none"> - Resiko tinggi
Cuci Uap	<ul style="list-style-type: none"> - Waktu lebih cepat - Hasil pencucian lebih bersih - Lebih hemat air 	<ul style="list-style-type: none"> - Modal tinggi - Biaya operasional tinggi
Pompa Cuci Mobil Khusus	<ul style="list-style-type: none"> - Modal terjangkau - Mudah digunakan - Daya tidak terlalu besar - Biaya operasional sedang 	<ul style="list-style-type: none"> - Menghasilkan polusi udara - Keterbatasan jangkauan alat - Memerlukan sumber listrik

A. Cuci Waterless

Kelebihan dari cuci waterless adalah biaya R&D yang tidak besar serta mengandung banyak cairan wax sehingga dapat mengangkat kotoran sekaligus menciptakan efek kilap pada kendaraan konsumen. Selain itu, biaya operasional dari cuci waterless juga rendah karena tidak perlu membawa sumber air dan listrik,

sehingga tidak membutuhkan motor roda tiga. Modal yang dibutuhkan juga rendah karena yang dibawa cukup alat semprot saja.

Namun, resiko dari cuci waterless cukup tinggi, karena kondisi mobil yang beragam tingkat kotorannya menyebabkan tingginya resiko untuk membuat baret mobil konsumen karena kotoran hanya di lap.

B. Cuci Uap

Kelebihan dari cuci uap adalah waktu cuci yang lebih cepat karena menggunakan air hangat dan bertekanan tinggi sehingga kotoran lebih cepat larut dan hasil cuci lebih bersih. Air yang dibutuhkan untuk mencuci satu mobil juga sangat hemat karena hanya membutuhkan 2-3L air saja. Namun kekurangannya adalah modal yang dibutuhkan sangat tinggi karena selain harga alat uap sangat mahal, ia juga membutuhkan daya besar sehingga genset yang dipakai harus memiliki daya yang besar pula. Mesin Uap yang besar dan genset yang besar menyebabkan armada cuci harus menggunakan mobil karena tidak cukup di dalam motor roda tiga. Mesin uap juga menyebabkan biaya operasional yang tinggi selain karena mengharuskan penggunaan mobil sebagai armada cuci dan membutuhkan genset berdaya besar, ia juga membutuhkan tambahan daya berupa gas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Cuci Uap adalah bisnis yang menarik, namun memiliki kendala di ROI yang cukup lama karena modal yang dibutuhkan juga tinggi. Biaya variabel yang tinggi juga membuat harga jual ke konsumen lebih tinggi.

C. Pompa Cuci Mobil Khusus

Kelebihannya adalah modal yang terjangkau karena harga pompa air tidaklah mahal. Modal yang terjangkau menyebabkan ROI nya lebih cepat. Mesin pompa ini juga mudah untuk digunakan oleh siapa saja, tidak perlu pelatihan yang terlalu

mendalam untuk penggunaannya. Air yang digunakan juga tidak terlalu boros, hanya sekitar 60-80L per mobil. Daya yang dibutuhkan oleh mesin pompa juga tidak terlalu besar, cukup menggunakan genset berdaya sedang untuk mendayai mesin pompa ini. Penggunaan genset yang tidak besar ini menyebabkan biaya operasional yang sedang dan cost setiap mobil dapat di efisiensikan. Kekurangan dari penggunaan mesin pompa ini adalah memerlukan genset sebagai sumber listriknya. Genset ini dapat menghasilkan polusi suara sehingga berpotensi menyebabkan kebisingan di lokasi sekitar konsumen. Namun, metode cuci keliling menggunakan mesin pompa ini memenuhi kebutuhan konsumen akan keterbatasan waktu dan keterbatasan air.

Setelah melakukan berbagai pertimbangan terkait rancangan metode cuci keliling, akhirnya pendiri memutuskan untuk menggunakan pompa cuci mobil khusus sebagai metode cuci yang akan dipakai karena resiko yang lebih rendah serta tingkat ROI yang lebih cepat. Penggunaan metode pompa cuci mobil khusus ini juga tetap dapat menyelesaikan pain point yang ada.

1.1.4. Prototype

Setelah memantapkan ide bisnis dan rinciannya, maka pendiri akhirnya memutuskan untuk menggunakan motor roda tiga sebagai kendaraan operasional layanan cuci keliling agar mempermudah mobilitas karena ukuran motor box yang lebih ringkas dibandingkan dengan mobil box atau *blind van*, namun dapat menampung berbagai peralatan yang diperlukan untuk mencuci mobil . Kriteria motor roda yang harus dipenuhi untuk menjadi kendaraan operasional mencari motor roda tiga yang kondisinya masih bagus, memiliki box, taun produksi yang tidak terlalu tua, bukan bekas pemakaian berat, dan harga yang murah. Namun

setelah mencoba untuk melihat beberapa unit motor roda tiga, pendiri memutuskan untuk membeli motor bak roda tiga, dan meng-custom box nya agar ukuran dan tata letaknya dapat disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.

Motor bak yang sesuai dengan kriteria perusahaan, haruslah memiliki chasis panjang sehingga dapat lebih fleksibel dalam menyusun tata letak peralatan di dalam box. Selain itu box yang dibuat sendiri juga dapat disesuaikan sisi mana yang bisa dibuka, seberapa tinggi box, sistem bukaan pintu box, dan bahan yang dipakai.

Setelah membuat box, hal selanjutnya yang harus disiapkan untuk dipakai operasional adalah membeli toren yang akan dipakai untuk membawa air ke lokasi konsumen. Toren yang dipilih memiliki kapasitas 250L dengan pertimbangan agar beban motor tidak terlalu berat. Terlebih karena rute yang dilalui motor ini terkadang juga melewati tanjakan dan turunan sehingga ditakutkan mesin dan rem motor ini tidak mampu menahan beban yang terlalu berat.

Selain itu, hal yang perlu disiapkan adalah pompa air untuk dipakai mencuci mobil. Pompa air yang dipilih haruslah dapat menyemburkan air bertekanan tinggi, hemat daya, serta harga yang terjangkau. Dengan alat ini, penggunaan air dapat lebih hemat jika dibandingkan dengan tempat cuci konvensional, meskipun tidak sehemat jika menggunakan mesin uap.

Pendiri juga melakukan riset terhadap generator penyedia listrik. Setelah dilakukan pendataan terhadap kebutuhan daya peralatan yang dipakai untuk kegiatan operasional, dibutuhkan daya sebesar 1770W untuk menghidupkan semua alat operasional. Sehingga pendiri memutuskan untuk memakai genset yang memiliki daya 2000W agar dapat mengakomodir kebutuhan daya tersebut.

Dengan genset ini, tidak ditemukan kendala apapun ketika dipakai untuk kegiatan operasional. Bahkan untuk dipakai menyalakan 2 alat sekaligus yaitu pompa air dan vacuum cleaner pun, tidak menjadi masalah yang berarti untuk genset tersebut.

Peralatan lainnya yang harus disiapkan adalah penyedot debu portable. Untuk menghemat daya yang dibutuhkan, maka pendiri menggunakan vacuum cleaner portable berukuran kecil sehingga praktis untuk digunakan dan dibawa kemana saja dengan daya hisap yang cukup.

Setelah melengkapi peralatan untuk proses cuci, selanjutnya pendiri mencari kanebo yang memiliki daya serap yang baik dan awet digunakan untuk jangka panjang. Untuk menyempurnakan hasil pengeringan menggunakan kanebo, maka ditambahkan pula microfiber agar pengeringan lebih maksimal. Setelah mencari ke beberapa toko, pendiri akhirnya menemukan toko yang menjual perlengkapan cuci dengan harga yang murah dan kualitas yang baik.

SOP cuci yang dikembangkan pendiri mengharuskan penggunaan sikat untuk mengoptimalkan proses cuci kolong kendaraan. Sehingga pendiri mencari model sikat yang dapat digunakan dengan nyaman, namun harganya tetap murah.

Pada awalnya pendiri mencoba untuk membuat list supplier yang menjual sabun cuci mobil di Bandung. Sabun cuci mobil yang dibutuhkan adalah sabun yang dapat menjadi foam ketika digunakan dengan metode yang tepat, murah harganya, serta memberikan hasil cuci yang maksimal. Sehingga untuk memutuskan supplier mana yang akan dipilih, dilakukanlah beberapa kali percobaan pembelian untuk membandingkan kualitas sabun dari masing-masing supplier serta penawaran harga terbaik yang bisa diberikan oleh supplier tersebut.

Riset terhadap penggunaan dan komposisi sabun dilakukan cukup lama untuk dapat menghasilkan tingkat konsistensi sabun yang sesuai dengan standar. Riset ini bahkan sampai menggunakan 5 komposisi yang berbeda-beda untuk melihat bagaimana tingkat konsistensi sabun sembari dilihat dari segi ekonomis dan kebutuhan di lapangan hingga akhirnya menemukan komposisi yang tepat.

Riset dilakukan untuk menyusun SOP cuci yang akan digunakan sebagai standar dalam kegiatan operasional yang dilakukan oleh karyawan. Selain itu, SOP ini juga berguna untuk mendukung lima *competitive advantage* dari ide bisnis ini.

Pada tanggal 3-5 Januari 2020, saat semua persiapan alat dan SOP sudah rampung, dilakukanlah percobaan cuci mobil dengan kondisi yang mendekati kondisi sebenarnya ketika operasional berjalan. Test cuci ini dilakukan bukan di kantor cuci keliling, melainkan di rumah beberapa teman pendiri yang bersedia dipinjam mobilnya untuk dicuci di rumahnya. Tenaga kerja yang digunakan di tahapan test ini merupakan salah seorang pegawai orang tua salah satu pendiri. Tahapan ini juga pendiri belajar untuk melakukan training karyawan dengan benar untuk menjalankan SOP, serta mengevaluasi kembali SOP yang telah dibuat untuk disesuaikan dengan fakta di lapangan baik dari segi efisiensi waktu maupun air.

1.1.5. Test

Pendiri mencoba untuk mengenalkan layanan cuci keliling di wilayah operasional yang telah disepakati bersama, di area Taman Holis Indah dan Taman Kopo Indah. Tujuannya adalah untuk mengenalkan layanan cuci keliling kepada warga THI dan TKI sehingga calon konsumen tertarik untuk mencoba layanan cuci mobil di rumah yang telah ditawarkan dan efek jangka panjangnya adalah untuk rutin repeat order dan berlangganan paket cuci.

Pada tahapan ini perusahaan sudah mulai melakukan kegiatan operasional secara normal, seperti menerima order via Whatsapp, mencuci mobil konsumen langsung di rumahnya, serta melakukan standar SOP yang telah ditetapkan sebelumnya. Pada tahap test ini, pendiri juga ikut turun langsung ke lapangan untuk memantau kinerja dari pegawai, serta berbicara dengan konsumen untuk mengetahui bagaimana respond mereka terhadap hadirnya layanan cuci keliling dan apakah ada masukan terhadap kinerja cuci keliling apabila ada yang dirasa kurang memuaskan. Cara ini ternyata membuahkan hasil yang baik. Respond konsumen sangat positif terhadap hadirnya layanan di kawasan THI dan TKI karena sangat praktis. Namun, terdapat pula mendapat masukan terkait masalah bekas titik air yang membekas di mobil konsumen apabila mobil dalam kondisi terjemur ketika dicuci. Karena adanya masukan ini, maka pendiri mencoba untuk merombak kembali SOP cuci yang telah dikembangkan sebelumnya agar mobil konsumen tetap aman dari bercak air sekalipun dicuci pada keadaan terjemur. Konsumen juga memberikan masukan untuk pengembangan layanan kedepannya. Bahkan masukan ini tidak hanya didapat dari konsumen cuci saja, melainkan juga dari orang yang menanyakan seputar layanan cuci keliling via Whatsapp.

Sembari armada melakukan kegiatan operasional, dilakukanlah percobaan untuk melakukan penyesuaian dan pengembangan terhadap SOP yang ada agar proses cuci dapat lebih efektif dan efisien. Pendiri juga menyadari tingginya minat konsumen terhadap layanan cuci keliling ini dan permintaan cuci itu tidak mampu dipenuhi hanya dengan 1 armada. Sehingga dirasa perlu meningkatkan kapasitas cuci agar mampu mengakomodir permintaan tersebut. Kendala lainnya yang dirasakan adalah masalah ketepatan waktu ketika melakukan mobilisasi yang juga

berhubungan dengan tingkat efektif dan efisiensi dari SOP cuci. Pendiri juga mencoba menyesuaikan peralatan yang dipakai agar dapat memberikan kinerja yang efektif dan efisien.

Setelah berjalan beberapa waktu, pendiri mendapatkan berbagai macam respon dari konsumen yang puas terhadap kinerja Clink serta meminta Clink untuk melakukan pengembangan layanan. Pendiri mendapat banyak permintaan baik secara online maupun offline untuk menambah lokasi operasional di wilayah lain yang belum terjangkau layanan cuci keliling. Serta banyak juga konsumen yang tertarik untuk membuka *frenchise* atau menjadi investor di bisnis ini.

1.2. Perwujudan Ide Bisnis

Setelah proses test sudah berhasil dilewati dan dirasa sudah cukup siap untuk beroperasi normal, maka akhirnya Clink resmi beroperasi pada tanggal 15 Januari 2020.

Clink beroperasi setiap hari kecuali hari Rabu dan memiliki jam kerja mulai dari pk 09:00 sampai pk 19:00. Proses booking jadwal cuci menggunakan Whatsapp untuk lebih mudah menjangkau banyak orang dan tetap mudah pengoperasiannya. Namun kedepannya, pendiri ingin menambah opsi menggunakan website untuk proses booking sehingga dapat mempermudah proses penjadwalan.

Dalam kegiatan operasionalnya, Clink dilengkapi dengan SOP agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal. Pegawai Clink harus melakukan inspeksi terhadap kondisi mobil konsumen sebelum mulai melakukan proses cuci. Hal ini ditujukan untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya salah paham antara konsumen dengan pihak Clink. Pegawai Clink juga perlu mengingatkan kembali

konsumen apabila terdapat barang-barang berharga yang tertinggal di dalam mobil. Proses cuci pun memiliki SOP nya sendiri untuk menghindari timbulnya baret halus akibat kesalahan proses cuci atau hasil cuci yang tidak bersih. Untuk pembayarannya, konsumen akan diberikan invoice oleh Pegawai Clink ketika proses pencucian mobil telah selesai. Pegawai Clink harus menyetor uang hasil cuci pada Bagian Keuangan setiap hari sembari di cek dengan data konsumen dan data mobilitas kendaraan yang dilengkapi dengan GPS. Karyawan Clink juga dilengkapi dengan seragam agar mudah untuk dikenali dan juga terlihat lebih profesional.

Satu Armada Clink dioperasikan oleh 1 orang pegawai. Kapasitas cuci 1 armada berkisar antara 5 hingga 6 mobil per hari. Armada ini menggunakan motor roda tiga yang ringkas ukurannya, namun dapat menampung berbagai kebutuhan proses cuci. Clink juga membawa sendiri segala kebutuhan dan perlengkapan untuk mencuci mobil seperti toren untuk menampung air, pompa air bertekanan, semir ban, sabun *snow foam*, genset sebagai sumber listrik, serta vacuum cleaner. Hal ini dilakukan agar lokasi cuci dapat lebih fleksibel serta menjadi solusi bagi konsumen yang memiliki keterbatasan air atau kapasitas listrik di rumahnya. Seperti yang banyak terjadi di wilayah operasional Clink sekarang ini, THI dan TKI.

Dalam kegiatan operasional, pemilik rutin untuk melakukan controlling sembari mendengarkan masukan atau keluhan dari konsumen terkait layanan yang diberikan. Hal ini dilakukan selain untuk menjaga hubungan dengan konsumen, juga untuk menjaga kualitas cuci Clink agar selalu sesuai dengan *competitive advantage* yang ada.

1.2.1. Perkembangan Clink dari Waktu ke Waktu

Tabel 1.6 Periode Perkembangan

Periode	Kegiatan
15 Januari 2020 – 14 Februari 2020	<ul style="list-style-type: none">- Perekrutan karyawan tetap- Melakukan kegiatan marketing offline dan online- Mengevaluasi dan memperbaiki SOP cuci dan efisiensi bahan baku- Menerapkan harga promo yang menarik konsumen untuk mencoba layanan Clink- Perbaiki armada cuci
15 Februari 2020 – 14 Maret 2020	<ul style="list-style-type: none">- Melanjutkan kegiatan marketing secara online- Penambahan armada kedua- Perekrutan karyawan baru- Kecelakaan kerja pegawai- Perawatan ringan armada- Perbaiki SOP untuk efisiensi bahan baku dan waktu kerja- Revisi penjadwalan cuci konsumen
15 Maret 2020 – 25 Maret 2020	<ul style="list-style-type: none">- Kendala operasional akibat tenaga kerja (1 sakit dan 1 dengan motivasi kerja rendah)
26 Maret 2020 – 31 Mei 2020	<ul style="list-style-type: none">- Terpaksa tutup akibat covid

Periode	Kegiatan
1 Juni 2020 – 30 Juni 2020	<ul style="list-style-type: none"> - Perekrutan Karyawan Baru - Penyesuaian SOP sesuai dengan protokol kesehatan - Opsi listrik rumah - Metode baru pembayaran sistem cashless - Penyesuain SOP cuci - Melakukan kembali kegiatan marketing online dan offline - Perawatan armada ringan
1 Juli 2020 – 20 Juli 2020	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan retur bahan baku sabun - Melakukan perluasan wilayah opera-sional mencakup TKI 5 dan TKI 1 dengan menawarkan promo khusus untuk konsumen pertama - Perbaiki ringan armada

1.2.2. Periode Pertama

Sebelum memulai periode pertama, Clink melakukan perekrutan karyawan tetap untuk menjadi crew lapangan. Karyawan yang dicari kriterianya adalah pria, berusia antara 18 tahun sampai 35 tahun, memiliki SIM C dan kendaraan pribadi, memiliki SKCK, mampu mengendarai motor roda 3, mau bekerja keras. Setelah melakukan seleksi terhadap beberapa calon, akhirnya Clink menemukan calon karyawan yang tetpat sehingga bisa mulai beroperasi sejak tanggal 15 Januari 2020.

Di periode pertama ini, Clink juga melakukan kegiatan marketing baik offline maupun online. Kegiatan marketing offline dilakukan dengan cara membagikan brosur ke rumah-rumah yang berada di kawasan Taman Kopo Indah dan Taman Holis Indah untuk menjangkau konsumen yang tidak memiliki waktu untuk menggunakan media sosial atau memang tidak menggunakan media sosial. Sedangkan kegiatan marketing online dilakukan dengan menggunakan media sosial Instagram untuk dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Pada periode pertama ini, Clink masih memiliki kendala di waktu kerja yang masih sangat lama sehingga menyebabkan keterlambatan sehingga menyebabkan Clink mengevaluasi dan memperbaiki SOP cuci untuk meningkatkan efisiensi bahan baku serta efisiensi waktu cuci. Pada saat mulai beroperasi, armada Clink masih sering mengalami kendala karena sempat lama tidak digunakan oleh pemilik sebelumnya sehingga menyebabkan motor sering mogok dan harus melakukan perbaikan pada banyak sektor.

Pada periode pertama ini juga Clink mencoba untuk menerapkan harga promo yang menarik bagi konsumen agar menarik minat konsumen untuk mencoba layanan cuci yang diberikan oleh Clink. Terbukti dengan adanya promo ini maka berhasil membuat Clink kebanjiran order pesanan karena antusiasme masyarakat yang tinggi terhadap layanan baru ini.

1.2.3. Periode Kedua

Pada periode kedua, Clink tetap melanjutkan kegiatan marketing online dengan cara mempost kegiatan cuci yang sedang berlangsung di media sosial instagram dan whatsapp business untuk menarik minat konsumen mencuci kendaraan mereka di Clink. Clink menyadari bahwa masyarakat memberikan

respon yang positif terhadap hadirnya layanan ini dan penggunaan 1 armada saja tidak cukup untuk memenuhi permintaan cuci yang sebanyak itu. Karena sekalipun jadwal cuci selalu penuh setiap harinya, namun terdapat banyak sekali konsumen yang tidak jadi memesan karena tidak mendapatkan jadwal cuci yang cocok atau tidak mau menunggu terlalu lama.

Clink perlu meningkatkan *customer satisfaction* sehingga diputuskan untuk menambah 1 armada lagi yang akan dioperasikan di Taman Holis Indah dan Taman Kopo Indah membantu armada yang sudah ada sebelumnya. Clink juga melakukan proses perekrutan karyawan baru untuk mengoperasikan armada baru tersebut.

Setelah beberapa hari melakukan kegiatan operasional dengan 2 armada, Clink mengalami masalah yaitu pegawai yang mengalami kecelakaan kerja akibat kecerobohan pada saat sedang melakukan kegiatan operasional sehingga menyebabkan Clink harus mengeluarkan biaya tidak terduga yang cukup besar. Kecelakaan kerja ini juga menyebabkan Clink kembali melakukan kegiatan operasional menggunakan 1 armada.

Pada periode ini, perbaikan terhadap SOP untuk mengefisienkan bahan baku dan waktu kerja masih terus dilakukan agar proses cuci dapat semakin cepat dan meningkatkan kapasitas cuci. Clink juga melakukan revisi terhadap penjadwalan cuci agar dapat mencegah adanya keterlambatan pada konsumen dengan cara memundurkan jadwal cuci setengah jam lebih lambat.

1.2.4. Periode Ketiga

Pada periode ketiga, Clink mengalami kendala serius pada kegiatan operasional yang diakibatkan oleh tenaga kerja. Pada periode ketiga ini Clink sudah memiliki 2 tenaga kerja. Namun 1 tenaga kerja tidak bisa masuk karena mengalami

cedera akibat kecelakaan kerja sehingga Clink hanya mengandalkan 1 tenaga kerja. Namun ternyata tenaga kerja yang tersisa tidak memiliki motivasi kerja yang baik. Tenaga kerja tersebut sering tidak masuk dengan tidak memberikan kabar yang jelas kepada bagian Human Resource dan tidak bisa dihubungi sehingga menyebabkan banyak konsumen yang harus dibatalkan mendadak akibat pegawai yang mendadak tidak masuk.

Pada periode ini juga wabah covid-19 mulai merebak di Indonesia dan pemerintah menetapkan aturan untuk menutup semua kegiatan usaha yang tidak termasuk 11 jenis usaha yang boleh beroperasi selama PSBB. Aturan tersebut membuat Clink harus menghentikan kegiatan operasionalnya selama beberapa waktu sampai aturan tersebut dicabut.

1.2.5. Periode Keempat

Pada periode keempat yang berlangsung dari tanggal 26 Maret 2020 sampai 31 Mei 2020, Clink menghentikan kegiatan operasionalnya untuk mematuhi ketentuan pemerintah untuk menghentikan sementara kegiatan operasional diluar 11 jenis kegiatan usaha yang diperbolehkan untuk tetap beroperasi.

1.2.6. Periode Kelima

Setelah situasi sudah mulai normal, pada tanggal 1 Juni 2020, Clink mulai beroperasi kembali. Setelah Clink mengeluarkan pegawai kedua yang memiliki motivasi kerja rendah, Clink membuka kembali rekrutmen terhadap pegawai baru. Pada perekrutan kali ini total terdapat 6 orang yang diinterview sampai akhirnya Clink mendapatkan orang yang tepat yang dapat menjadi pegawai Clink. Clink juga melakukan penyesuaian terhadap SOP kerja sesuai dengan protokol kesehatan yang ditetapkan pemerintah dengan mengharuskan pegawai untuk menggunakan masker

dan sarung tangan ketika melakukan kegiatan operasional, menjaga jarak dengan konsumen serta menjaga kebersihan dan kesehatan.

Clink memberikan tambahan opsi bagi konsumen untuk dapat menggunakan listrik rumah apabila konsumen terganggu dengan penggunaan genset yang cukup berisik. Clink juga menerapkan sistem baru untuk pembayaran yaitu dengan menggunakan sistem cashless sehingga konsumen cukup men-scan barcode yang ada pada box Clink untuk melakukan pembayaran yang dapat menggunakan Go-Pay, Ovo, Dana, Link Aja, m-banking, dan lain-lain. Clink juga melakukan penyesuaian terhadap SOP cuci dari metode 1 armada 1 crew cuci, menjadi 1 armada dioperasikan oleh 2 orang crew cuci.

Metode yang dilakukan tersebut dapat mengoptimalkan kinerja dari armada yang ada serta mempercepat waktu cuci. Kapasitas cuci juga meningkat 2x lipat menjadi 10 mobil dalam 1 hari. Biaya operasional juga dapat lebih rendah jika dibandingkan dengan penggunaan 2 armada untuk kapasitas cuci yang sama. Konsumen juga memberikan *feedback* yang positif terkait penggunaan metode 1 armada 2 crew karena waktu cuci menjadi lebih singkat namun hasil cuci tetap bersih. Namun tidak semua konsumen mau melakukan kegiatan cuci karena banyak yang masih takut untuk mendatangkan orang lain ke rumah mereka. Oleh sebab itu, Clink saat ini beroperasi hanya 4 hari dalam seminggu. Clink juga melakukan kembali kegiatan marketing baik online maupun offline untuk memberitahu kepada konsumen bahwa Clink sudah kembali melakukan kegiatan operasional. Setelah tidak dipakai dalam jangka waktu yang cukup lama, Clink juga melakukan perawatan ringan terhadap armada pada periode ini.

1.2.7. Periode Keenam

Pada periode keenam, kegiatan operasional sudah berjalan dengan normal kembali, meskipun sistem operasional 4 hari seminggu tetap dilakukan. Clink melakukan retur sabun yang mengalami kerusakan akibat lama tidak dipakai. Hal ini terjadi karena Clink sempat cukup lama berhenti beroperasi ketika mengikuti aturan pemerintah terkait PSBB. Pada awal masa operasional Clink, untuk menghemat waktu mobilitas, Clink hanya beroperasi di Taman Holis Indah 1 & 2, serta Taman Kopo Indah 2 dan 3 saja. Sedangkan pada Periode ini, Clink memaksimalkan kapasitas dengan cara melakukan penambahan wilayah operasional yang mencakup TKI 5 dan TKI 1.

1.3. Pengembangan

Tabel 1.7 Total Mobil yang Sudah Dicuci

Total Mobil yang Dicuci		
Bulan	Jumlah Mobil	Kondisi
15 – 30 Januari 2020	133	
1 – 28 Februari 2020	124	Ada kecelakaan kerja sehingga harus libur sebagian
1 – 15 Maret 2020	71	½ bulan
April 2020	0	Libur Covid
Mei 2020	0	Libur Covid
1 – 30 Juni	126	Kegiatan operasional hanya 4 hari per minggu
1 – 19 Juli	77	
Total	531	

Setelah berjalan dari bulan Januari 2020 sampai Juli 2020, pendiri menilai bahwa respon pasar cukup baik terhadap bisnis ini. Dapat dilihat dari tingginya permintaan cuci setiap harinya. Sampai pertengahan Juli, total ada 531 mobil yang telah dicuci oleh Clink di wilayah Taman Holis Indah dan Taman Kopo Indah. Jumlah tersebut didapatkan dari 3,5 bulan operasional. Karena pada pertengahan bulan Maret sampai akhir bulan Mei, kegiatan operasional Clink dihentikan terkait dengan merebaknya wabah corona.

Tabel 1.8 Customer Satisfaction Data

Customer Satisfaction Data				
Periode	Terlayani	Ditolak/gagal (waktu tidak sesuai)	Permintaan di luar lokasi saat ini	Repeat Order
15Jan – 11Mar 20	109	66	30	32
15Jan – 19Jul 20	159	86	46	53
Periode	Berlangganan			
25Feb – 11Mar 20	6			
15Jan – 19Jul 20	10			

Selain itu terdapat banyak konsumen lainnya yang tidak jadi memesan akibat waktu yang tidak cocok dengan jadwal yang tersedia, tidak mau menunggu terlalu lama, atau wilayah tempat tinggal konsumen tersebut berbeda dengan wilayah operasional Clink.

Untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen, maka di awal kemunculannya, Clink sudah menyediakan armada tambahan untuk membantu operasional di kawasan Taman Kopo dan Taman Holis agar lebih banyak konsumen yang dapat dicuci mobilnya oleh Clink. Persiapan sudah rampung dan siap jalan, namun pada pertengahan bulan Maret kemarin mengalami terkendala karena merebaknya pandemic virus corona sehingga menyebabkan kegiatan operasional Clink tidak dapat berjalan dengan normal karena hanya berjalan 4 hari dalam seminggu dan banyak dari pelanggan yang masih takut untuk memesan layanan yang mendatangkan orang lain ke rumah mereka.

Sejak awal bulan Juni, Clink beroperasi menggunakan 1 armada, namun crew lapangannya ditambah menjadi 2 orang sehingga kapasitas cuci pun bisa meningkat dua kali lipat. Meskipun dampaknya terdapat 1 armada yang menganggur di kantor. Armada tersebut akan dialihfungsikan untuk rencana pengembangan kedepannya.

Selama Clink beroperasi, pemilik juga menyadari tingginya animo masyarakat dari berbagai lokasi yang ingin merasakan praktisnya menggunakan layanan Clink seperti banyaknya chat dari masyarakat yang menginginkan wilayah operasional Clink ditambah ke daerah rumahnya. Permintaan untuk menambah wilayah operasional bahkan tidak hanya berasal dari Kota Bandung, bahkan juga berasal dari Cimahi, Tangerang, dan Jakarta.

