

STRATEGI PENGEMBANGAN LAYANAN LEMBU SAKTI CAR WASH

Tugas Akhir / Rancang Bangun Bisnis



Ditulis Oleh:

Nama : Firman Candra Aji

Nomor Mahasiswa : 16311146

Program Studi : Manajemen

Bidang Peminatan : Operasional

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

STRATEGI PENGEMBANGAN LAYANAN LEMBU SAKTI CAR WASH

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika,
Universitas Islam Indonesia

Rancang Bangun Bisnis



Ditulis Oleh:

Nama : Firman Candra Aji

Nomor Mahasiswa : 16311146

Program Studi : Manajemen

Bidang Peminatan : Operasional

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 30 Juni 2023



(Firman Candra Aji)

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

STRATEGI PENGEMBANGAN LAYANAN LEMBU SAKTI CAR WASH

Nama : Firman Candra Aji

Nomor Mahasiswa : 16311146

Program Studi : Manajemen

Bidang Peminatan : Operasional

Dosen Pembimbing,

Mochammad Nasito., Drs., M.M

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL
**STRATEGI PENGEMBANGAN PELAYANAN LEMBU SAKTI CAR WASH RANCANG
BANGUN BISNIS**

Disusun Oleh : **FIRMAN CANDRA AJI**
Nomor Mahasiswa : **16311146**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Jumat, 16 Juni 2023

Penguji/ Pembimbing TA : Mochamad Nasito, Drs., M.M.

Penguji : Nursya'bani Purnama, S.E., M.Si.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbi'l' alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Shalawat serta salam tak lupa penulis junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menerangi manusia di alam semesta ini dengan pedoman Al-Qur'an dan Hadits.

Tugas Akhir yang berjudul "Strategi Pengembangan Layanan Lembu Sakti Car Wash" disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S-1) pada program studi Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Proses penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

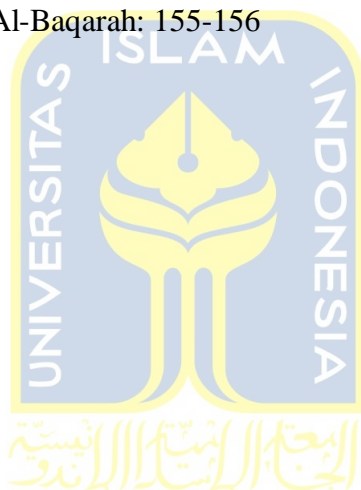
1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan kemudahan pada hamba-Nya yang tak terhingga.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi panutan penulis dalam menjalani kehidupan serta mengajarkan penulis bagaimana menjadi umat-Nya yang penuh dengan kesabaran.
3. Kedua orang tua penulis.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

HALAMAN MOTTO

Pantang dalam menyerah, pantang dalam berpatah arang. Tidak ada kata gagal untuk orang yang enggan berhasil. *“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah melainkan orang orang yang kufur”*. Q.S Yusuf: 87

Tidak ada satu pun perjuangan yang tidak melelahkan. *“Dan berikanlah berita gembira kepada orang orang yang sabar, yaitu yang ketika ditimpa musibah mereka mengucapkan: sungguh kita semua ini milik Allah dan sungguh kepada Nya lah kita kembali”*. Q.S.Al-Baqarah: 155-156

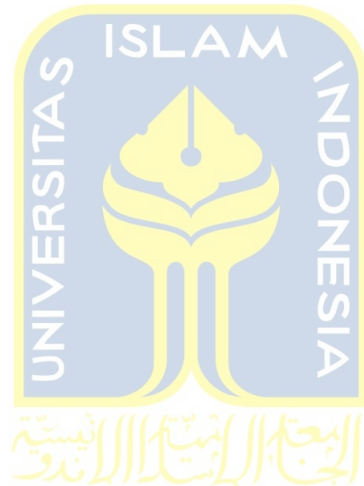


DAFTAR ISI

STRATEGI PENGEMBANGAN LAYANAN LEMBU SAKTI CAR WASH.....	1
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	1
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	1
HALAMAN MOTTO	1
DAFTAR TABEL.....	3
DAFTAR GAMBAR	4
ABSTRAK.....	5
<i>ABSTRACT</i>	6
BAB I.....	7
PENDAHULUAN.....	7
BAB II	15
ANALISIS DAN PERANCANGAN BISNIS.....	15
BAB III	1
LAPORAN UMUM PELAKSANAAN KEGIATAN	1
BAB IV.....	19
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH\	19
BAB V	30
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	30
DAFTAR PUSTAKA.....	33
LAMPIRAN	36

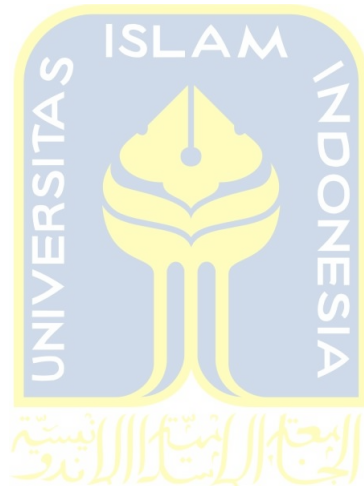
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Elemen-Elemen Value Proposition.....	15
Tabel 2. 2 Pesaing Pendetang Baru.....	20
Tabel 2. 3 Ancaman Perusahaan Sejenis	22
Tabel 3. 1 Penjualan Lembu Sakti Car Wash Desember 2022	18
Tabel 4. 1 Masalah atau Hambatan Lembu Sakti Car Wash Berdasarkan Keempat Aspek Manajemen	19



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Business Model Canvas Lembu Sakti Car Wash	17
Gambar 2. 2 Analisa Porter's Five Forces	19
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Lembu Sakti Car Wash	3
Gambar 3. 2 Layout tata letak Lembu Sakti Car Wash	10



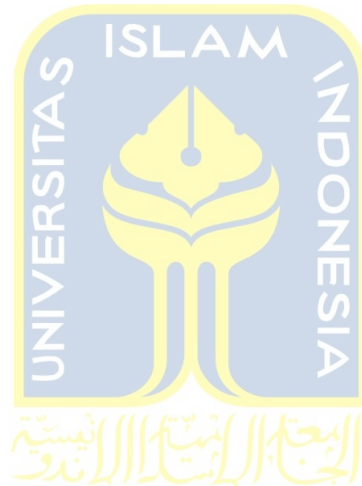
STRATEGI PENGEMBANGAN PELAYANAN

LEMBU SAKTI CAR WASH

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji kemampuan Lembu Sakti Car Wash dalam mengatasi kurangnya efisiensi dan efektivitas kerja dalam strategi pengembangan pelayanannya . Penelitian ini menggunakan sistem antar jemput kendaraan pelanggan sebagai strategi pengembangan pelayanannya dan dapat dimaksimalkan dengan menambahkan personil dan armada. Hasil penelitian ini menunjukkan meningkatnya efisiensi dan efektivitas kerja, mengurangi antrian panjang, dan peningkatan jumlah cucian perharinya.

Kata Kunci : efisiensi, efektivitas, strategi pengembangan, personil, armada.



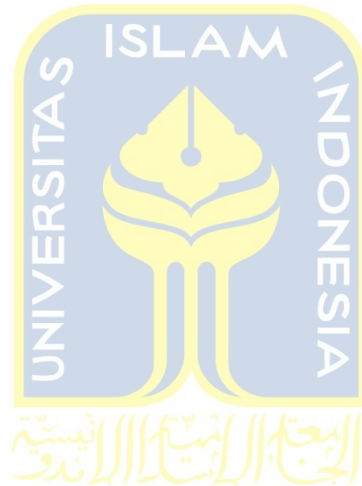
SERVICE DEVELOPMENT STRATEGY

LEMBU SAKTI CAR WASH

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the ability of Lembu Sakti Car Wash to overcome the lack of efficiency and effectiveness in its service development strategy. This study uses a customer vehicle pick-up system as a service development strategy and can be maximized by adding personnel and fleet. The results of this study indicate an increase in work efficiency and effectiveness, reduce long queues, and increase the amount of laundry per day.

Keywords : efficiency, effectiveness, development strategy, personnel, fleet.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berdasarkan laporan dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kendaraan bermotor di Indonesia telah mencapai lebih dari 133 juta unit pada tahun 2019 (BPS, 2022). Data dari Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO) juga menunjukkan bahwa penjualan mobil penumpang mencapai 406.928 unit selama tahun 2021. Sementara itu, penjualan sepeda motor mencapai 470.065 unit hingga bulan Agustus 2021. (Purnama, 2021). Melihat data laman korlantas.polri.go.id, Rabu (5/10/2022), banyaknya orang yang memiliki mobil pribadi di Indonesia yaitu 20.095.682 unit (Indah Sari, 2022). Berdasarkan data-data tersebut, terdapat kenaikan jumlah kepemilikan kendaraan yang membuka potensi pasar jasa otomotif, termasuk usaha pencucian mobil.

Pada era modern sekarang banyak dikalangan masyarakat lebih menyibukkan waktunya untuk hal bekerja yang di mana waktu, serta energi ekstra mereka telah terkuras habis. Khususnya pada kelompok pekerja yang memiliki penghasilan lebih, atau dikatakan kalangan kaum ekonomi menengah ke atas, tidak memiliki waktu untuk mencuci kendaraan mereka demi terjaganya kebersihan kendaraan mereka, sedangkan disisi lain, keinginan untuk tampil mewah yang tercermin dari bersihnya kendaraan yang mereka gunakan juga tinggi. Berangkat dari situlah muncul sebuah peluang untuk mengembangkan usaha jasa pencucian mobil.

Lembu Sakti Car Wash merupakan jasa yang bergerak di bidang pencucian mobil, di mana tidak hanya mobil pribadi saja yang mencuci di Lembu Sakti Car

Wash adapun mobil- mobil dinas ataupun mobil- mobil travel dan sebagainya, yang di mana Lembu Sakti Cars mengutamakan kepuasan semua konsumen dari kalangan bawah sampai kalangan atas yang artinya target pasaran kami adalah kendaraan pribadi dan kendaraan operasional.

Sebenarnya jasa pencucian mobil Lembu Sakti Car Wash bukanlah jasa pencucian mobil yang pertama di kebumen, selain masih adanya market space untuk jasa pencucian mobil, kami juga mencoba untuk memenuhi keinginan pasar yang tinggi terkait model pelayanan yang ekstra terkait tempat cucian mobil dan pelayanan yang lebih kepada pelanggan, Dari uraian di atas maka peneliti mengambil judul, **RANCANG BANGUN BISNIS STRATEGI PENGEMBANGAN PELAYANAN LEMBU SAKTI CAR WASH.**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, dapatlah dirumuskan permasalahan terkait maka dapat dibentuk rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Lembu Sakti Car Wash?
2. Kualitas layanan apakah yang menjadi kontribusi terbesar terhadap kepuasan pelanggan pada Lembu Sakti Car Wash?
3. Bagaimana menjamin kualitas pelayanan terhadap konsumen pada Lembu Sakti Car Wash?

1.3 Tujuan

1. Menjelaskan dan mendeskripsikan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Lembu Sakti Car Wash.

2. Menganalisis dan menjelaskan Kualitas layanan yang menjadi kontribusi terbesar terhadap kepuasan pelanggan pada Lembu Sakti Car Wash
3. Mendeskripsikan dampak kualitas pelayanan terhadap konsumen pada lembu sakti car wash

1.4 Manfaat

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam dunia akademik dan menjadi tambahan wacana yang berharga. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber pembelajaran dan menjadi dasar untuk penelitian-penelitian lain yang berkaitan dengan strategi pemasaran pelayanan ekstra. Melalui penelitian ini, diharapkan akan terdapat sumbangan literatur empiris yang signifikan dalam bidang wirausaha, terutama bagi peneliti lain yang tertarik untuk melakukan penelitian dalam bidang yang sama.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pengusaha

Hasil yang diperoleh, diharapkan dapat memberikan gambaran dan dapat dijadikan masukan dalam melaksanakan proses pengembangan usaha dengan baik dan hasil yang memuaskan.

b. Bagi Masyarakat

Memberikan informasi dan wacana tentang aktivitas lembu sakti car wash dan diharapkan dapat memberikan gambaran yang dapat dijadikan masukan dalam melaksanakan proses pengembangan cucian mobil di bidang jasa khususnya secara umum, sehingga dapat menjalankan dan melaksanakan usaha dengan baik dan hasil yang memuaskan.

c. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan di bidang layanan pencucian mobil (car wash) dalam konteks strategi pelayanan. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana proses di Lembu Sakti Car Wash dapat diimplementasikan sebagai pengembang usaha yang sedang dalam tahap awal.

1.5 Ruang Lingkup

Pada proses penyusunan model bisnis ini, kami telah melakukan penelitian dan studi mendalam terhadap beberapa aspek yang relevan dalam merancang Strategi Pengembangan Pelayanan Lembu Sakti Car Wash, yang didasarkan pada pendekatan sistem online dan offline. Dalam ruang lingkup ini, kami mempertimbangkan beberapa elemen, termasuk:

1. Lembu Sakti Car Wash adalah jasa pencucian mobil yang di mana bertempat di Robahan, Kalirejo, Kec. Kebumen, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah yang di mana menjadi salah satu tempat cucian dengan pelayanan ekstra.
2. Penerapan segmentasi geografis merupakan segala warga di daerah Robahan, Kalirejo, Kec. Kebumen, Kabupaten Kebumen.
3. Sasaran dari model bisnis ini merupakan masyarakat ekonomi kelas menengah ke atas, khususnya pemilik mobil.
4. Sasaran dari model bisnis ini merupakan masyarakat ekonomi kelas menengah ke atas, khususnya pemilik mobil.
5. Penelitian ini juga ditargetkan akan mencapai proses Eksekusi dari perencanaan serta implementasi model bisnis, dan strategi bisnis Lembu Sakti Car Wash.

1.6 Ide Bisnis

Dalam penelitian kali ini penulis menggunakan Metode Riset Deskriptif guna Menentukan variabel-variabel riset dan pengujian lebih lanjut. Berikut merupakan data awal yang menjadi variabel dari ide bisnis Lembu Sakti Car Wash.

1.6.1 What

Lembu Sakti Car Wash merupakan tempat pencucian mobil yang di mana mengedepankan pelayanan ekstra terhadap kepuasan pelanggan.

1.6.2 Who

Lembu Sakti Car Wash mempunyai basis pelanggan, dan target pasar utamanya adalah para pengguna kendaraan pribadi, umum dan kendaraan operasional kantor.

1.6.3 Where

Lembu Sakti Car Wash bertempat dan beroperasi di Kota Kebumen, meliputi kegiatan pelayanan jasa pencucian mobil. Cakupan area bisnis karyawan Lembu Sakti Car Wash mencakup seluruh wilayah Kota Kebumen, memanfaatkan platform online seperti media sosial dan marketplace untuk mendukung operasional bisnis. Cakupan yang masih sederhana ini dilakukan guna mencapai hasil optimal dalam pelaksanaan bisnis jasa cuci mobil, melihat kemampuan perusahaan dan survei pasar. Hal ini juga memungkinkan konsumen untuk dengan mudah mengakses informasi dan berinteraksi dengan penggerak dari Lembu Sakti Car Wash.

1.6.4 When

Melihat data laman korlantas.polri.go.id, Rabu (5/10/2022), banyaknya orang yang memiliki mobil pribadi di Indonesia yaitu 20.095.682 unit (Indah

Sari, 2022). Dengan data tersebut maka implementasi dari rancang bangun bisnis strategi pengembangan pelayanan Lembu Sakti Car Wash dijadwalkan dimulai pada tahun 2023.

1.6.5 Why

Pada era modern sekarang banyak kalangan masyarakat lebih menyibukkan waktunya untuk hal bekerja yang di mana waktu, serta energi ekstra mereka telah terkuras habis. Khususnya pada kelompok pekerja yang memiliki penghasilan lebih, atau dikatakan kalangan kaum ekonomi menengah ke atas, tidak memiliki waktu untuk mencuci kendaraan mereka demi terjaganya kebersihan kendaraan mereka, sedangkan disisi lain, keinginan untuk tampil mewah yang tercermin dari bersihnya kendaraan yang mereka gunakan juga tinggi.

1.7 Sistematis

Laporan rancang bangun dan implementasi bisnis guna memenuhi syarat sebagai kelulusan Universitas, memiliki struktur yang terdiri dari beberapa bagian, yaitu bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Bagian awal meliputi sampul depan serta halaman judul. Bagian tengah/inti laporan rancang bangun juga implementasi bisnis terdiri dari lima bab, yaitu Bab I, II, III, IV, dan V.

BAB I Pendahuluan

Pada Bab I dari laporan ini yang memuat pendahuluan dan terdiri dari beberapa sub-bab, seperti latar belakang, tujuan bisnis, manfaat bisnis, ruang lingkup model bisnis, ide bisnis, dan sistematika penulisan pelaporan. Bagian latar belakang menjelaskan alasan, *probability*, dan konsepsi ide bisnis yang diimplementasikan berdasarkan data dan teori yang valid. Bagian tujuan bisnis dan manfaat bisnis

menjelaskan tujuan dan manfaat dari model bisnis yang dibuat. Ruang lingkup model bisnis menjelaskan batasan dan lingkup pembahasan model bisnis tersebut. Bagian ide bisnis menjelaskan asumsi 5W1H yang menjadi dasar pembuatan model bisnis ini. Sementara itu, bagian sistematika pelaporan secara singkat menjelaskan bagaimana perencanaan proyek akhir dan laporan pelaksanaan disusun.

BAB II Analisis dan Perancangan bisnis

Pada Bab II yang berjudul Analisis serta Perencanaan Bisnis terdiri dari sub-bab, antara lain *value bisnis*, perencanaan model usaha, dan perencanaan implementasi dan pengembangan bisnis. Bagian proposisi nilai menggambarkan analisis pasar industri dengan menggunakan Analisis Lima Kekuatan Porter dan Kanvas Proposisi Nilai. Bagian desain model usaha memberikan pembahasan detail tentang struktur model bisnis yang diusulkan. Sementara itu, bagian perencanaan eksekusi dan pengembangan bisnis menjelaskan bagaimana strategi eksekusi organisasi didasarkan pada template model bisnis yang mana sudah disusun.

BAB III Laporan Umum Pelaksanaan Kegiatan

Pada Bab III yang berjudul Laporan Umum Pelaksanaan Kegiatan Bisnis memiliki beberapa sub-bab, di antaranya profil usaha dan pelaksanaan usaha. Pada bagian profil usaha menjelaskan secara rinci terkait bidang usaha, lokasi usaha, tanggal berdiri, dan pertumbuhan usaha secara umum. Sementara itu, pada bagian pelaksanaan bisnis mencakup berbagai aspek yang dianalisis, seperti *Human Resource, Operating, Marketing*, dan *Financial*.

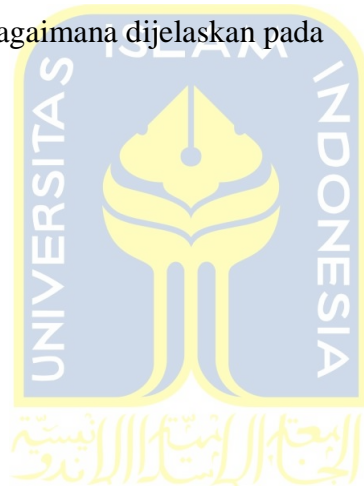
BAB IV Identifikasi dan Pemecahan Masalah

Pada Bagian Bab IV yang berjudul Identifikasi dan Pemecahan Masalah, berisikan beberapa sub-bagian, yaitu identifikasi masalah, tinjauan teoritis, dan *problem*

solving. Bagian identifikasi masalah menjelaskan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku bisnis dalam pengembangan bisnis mereka. Selanjutnya, bagian tinjauan teoritis membahas teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang muncul. Sedangkan pada bagian *problem solving*, dijelaskan teori atau pendekatan yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada, beserta tingkat efektivitasnya.

BAB V Kesimpulan dan Rekomendasi

Pada Bab V, kesimpulan serta saran/rekomendasi menjelaskan implementasi perusahaan secara umum, implementasi aspek operasional dan solusi dari masalah yang teridentifikasi sebagaimana dijelaskan pada



BAB II

ANALISIS DAN PERANCANGAN BISNIS

2.1 Value Proposition

Value proposition menjadi alasan konsumen berpindah dari satu perusahaan ke perusahaan lain karena mereka dapat memecahkan masalah atau memenuhi kebutuhan konsumen dengan menggunakan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan segmen pelanggan (Osterwalder dan Pigneur, 2010). Menurut Kerin et al. (2013), value proposition dapat memberikan manfaat dan menciptakan nilai bagi target pembeli. Elemen yang dapat mendorong membentuk value proposition dijelaskan pada Tabel 2.1.

Tabel 2. 1 Elemen-Elemen Value Proposition

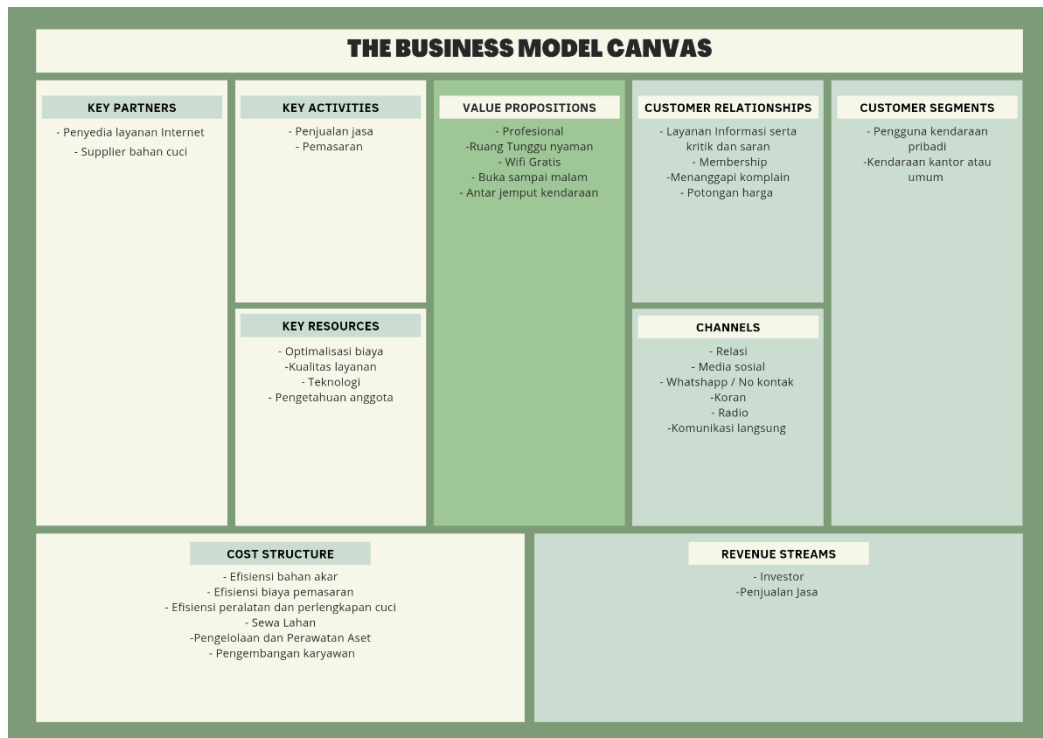
NO.	ELEMEN	Penjelasan
1	Newness	Value proposition diciptakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang sebelumnya tidak terpenuhi karena belum ada penawaran yang serupa yang mempertimbangkan kebutuhan tersebut.
2	Performance	Meningkatkan kinerja produk atau layanan secara tradisional telah menjadi metode umum untuk menciptakan nilai.
3	Customization	Menciptakan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan khusus konsumen individu atau segmen konsumen.
4	Getting the job done	Kadang-kadang nilai diciptakan dengan tujuan membantu konsumen dalam menyelesaikan kebutuhan yang mereka miliki.
5	Design	Desain merupakan faktor penting namun sulit untuk diukur. Produk menjadi menonjol karena memiliki desain yang sangat baik.
6	Brand/status	Kadang-kadang, konsumen merasakan nilai dalam bentuk kebanggaan atau prestise ketika menggunakan produk dari merek tertentu.

7	Price	Harga dapat menjadi faktor penting ketika perusahaan ingin menarik konsumen yang sensitif terhadap harga dengan menyediakan nilai yang sama namun dengan harga yang lebih terjangkau.
8	Cost reduction	Salah satu strategi penting dalam menciptakan nilai adalah membantu konsumen mengurangi biaya, karena hal ini memberikan rasa hemat bagi konsumen.
9	Risk reduction	Memberikan value yang mengurangi atau menghilangkan risiko yang mungkin terjadi sangat menguntungkan bagi konsumen.
10	Accessibility	Menyediakan akses kepada produk dan layanan bagi konsumen yang sebelumnya tidak memiliki akses adalah salah satu cara untuk menciptakan value
11	Convenience/ usability	Meningkatkan kenyamanan atau kemudahan penggunaan produk juga dapat menciptakan value, meskipun dalam skala yang lebih kecil.

2.2 Business Model Canvas

Selain strategi, pendirian, dan pengembangan lanjutan perusahaan juga membutuhkan inovasi yang melibatkan pengembangan strategi terkini guna menciptakan *value added* bagi pelanggan, pemasok, dan mitra. Inovasi dalam model bisnis dapat berdampak secara luas pada organisasi secara keseluruhan (Casadesus-Masanell & Zhu, 2013). Kemudian yang menjadi salah satu cara yang digunakan untuk inovasi model bisnis adalah *Business Model Canvas* (BMC) yang dikembangkan oleh Osterwalder & Pigneur (2010). BMC menggunakan elemen maupun parameter tertentu yang mendefinisikan pertumbuhan yang berkelanjutan (Dudin et al., 2015) dan berfungsi sebagai alat untuk menyederhanakan bagaimana perusahaan menciptakan, mengakumulasi, dan menghasilkan nilai (Osterwalder & Pigneur, 2010). BMC terdiri dari sembilan elemen, yaitu *customer segmentation*,

value proposition, channel distribution, aliran pendapatan, key resource, aktivitas kunci, kemitraan kunci, dan struktur modal (Osterwalder et al., 2014).



Gambar 2. 1 Business Model Canvas Lembu Sakti Car Wash

Salah satu elemen terpenting dari business model canvas bagi perusahaan adalah proposisi nilai. Sebelum mencari pelanggan, Lembu Sakti Car Wash harus memiliki proposisi nilai yang membedakan diri dari pesaing dan menarik pelanggan. Proposisi nilai adalah keunikan atau keunggulan suatu usaha, yang mana seringkali dijadikan alasan seorang tertarik untuk membeli suatu produk atau jasa (Osterwalder dan Pigneur, 2010). Gambar 2.1 menjelaskan value proposition utama Lembu Sakti Car Wash yaitu, pengerjaan secara profesional, ruang tunggu nyaman, wifi gratis, buka sampai malam, dan menyediakan layanan antar jemput kendaraan. Lembu Sakti Car Wash saat ini sedang berupaya untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat bersaing dengan para pesaing. Realisasi proposisi nilai ini harus didukung oleh elemen lain dari business model canvas. Proposisi nilai yang

ditetapkan oleh Lembu Sakti Car Wash menjangkau seluruh lapisan masyarakat Kebumen yang memiliki kendaraan pribadi, kendaraan kantor maupun angkutan umum. Lembu Sakti Car Wash melakukan berbagai cara untuk mendapatkan loyalitas pelanggan dengan melakukan customer relationship di antaranya dengan memberikan layanan informasi, membership, menanggapi keluhan, dan potongan harga melalui voucher diskon di hari-hari tertentu. Channel yang digunakan Lembu Sakti Car Wash adalah melalui relasi, media sosial, whatsapp, koran, radio dan berkomunikasi langsung. Lembu Sakti Car Wash memiliki kerjasama dengan Penyedia layanan internet dan Supplier bahan cuci sebagai key partner. Key resource berupa Optimalisasi biaya, Kualitas dalam memberikan pelayanan baik terhadap pelanggan, teknologi dalam membantu aktivitas bisnis, pengetahuan anggota dan karyawan terhadap bisnis. Key activities Lembu Sakti Car Wash adalah Penjualan jasa dan pemasaran. Kemudian untuk cost structure terdiri dari biaya bahan bakar, pemasaran, peralatan cuci, pengembangan karyawan, pengelolaan dan perawatan aset. Revenue structure Lembu Sakti Car Wash terdiri dari Penjualan Jasa.

2.3 Analisa Porter's Five Forces

Porter (1985) mengusulkan Five Forces Model sebagai alat untuk menganalisis lingkungan persaingan suatu industri dengan rumus sebagai berikut:

PORTER'S FIVE FORCES ANALYSIS



Gambar 2. 2 Analisa Porter's Five Forces

Menurut model ini agar dapat bertahan dan berhasil bersaing dengan perusahaan lain, suatu perusahaan harus memperhatikan lima kekuatan persaingan menurut model ini.

2.3.1 *Competitive Force*

Berikut analisis kekuatan yang menentukan karakteristik Lembu Sakti Car Wash, yaitu:

1. Ancaman Pendatang Baru (*Threat of New Entrants*)

Ancaman terhadap pesaing tidak hanya berasal dari pesaing yang sudah lama ada. Seiring dengan pertumbuhan bisnis, muncul ancaman dari produsen baru. Keberadaan pemain baru di industri ini meningkatkan persaingan, yang pada akhirnya dapat mengakibatkan penurunan keuntungan bagi semua perusahaan. Ini terkait dengan kemudahan yang dimiliki pendatang baru dalam bersaing dalam bisnis sejenis. Ancaman dari pesaing baru dalam bisnis car wash ini sangat

signifikan, terutama di Kota Kebumen, di mana beberapa pesaing baru telah muncul dalam satu tahun terakhir. Contoh-contoh pendatang baru dalam bisnis ini adalah Amanah Car Wash dan Kebumen Jaya Carwash. Dengan semakin banyaknya pendatang baru dalam bisnis ini, hal ini menunjukkan adanya tingkat ancaman yang tinggi terhadap sistem informasi Lembu Sakti Car Wash. Berikut adalah tabel yang menggambarkan pendatang baru dalam bisnis car wash di Kebumen yang dapat memberikan ancaman bagi sistem informasi Lembu Sakti Car Wash.

Perusahaan	Layanan
Lembu Sakti Car Wash	Antar Jemput dan Offline
Amanah Car Wash	Offline
Kebumen Jaya Carwash	Offline

Tabel 2. 2 Pesaing Pendatang Baru

2. Ancaman Produk atau Jasa Pengganti (*Threat of substitutes*)

Produk atau layanan pengganti adalah barang atau jasa yang dapat menggantikan produk sejenis. Kehadiran produk atau layanan pengganti ini membatasi potensi keuntungan bagi industri tersebut. Semakin menarik harga dan pilihan produk pengganti, semakin besar batasan keuntungan yang dihadapi oleh industri. Oleh karena itu, adanya produk pengganti yang beragam dan sulit ditemukan juga mempengaruhi pendapatan perusahaan. Hal ini terkait dengan ketersediaan alternatif bagi konsumen terhadap produk yang sudah ada. Ancaman produk dan jasa pengganti pada Lembu Sakti Car Wash sendiri adalah berkembangnya teknologi car wash otomatis yang semakin canggih, perkembangan teknologi ini merupakan solusi agar proses pembersihan mobil lebih cepat. Sehingga ketika teknologi ini dibawa ke Kebumen dapat memengaruhi dan mengancam bisnis car wash manual.

3. Kekuatan tawar menawar pembeli (*Bargaining power of Customers*)

Customer cenderung memilih produk dan layanan yang mana memiliki harga yang relative dapat dijangkau, atau dapat dengan mudah disebutkan sebagai daya tawar customer dalam bisnis yang dijalankan Lembu Sakti Car Wash sangat tinggi. Hal ini dikarenakan apabila konsumen ingin menggunakan jasa yang sama di perusahaan yang berbeda, bukan sesuatu yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Hal yang sudah dilakukan Lembu Sakti Car Wash terkait menghadapi tantangan tawar menawar dengan *customer* dilakukan dengan pemberian diskon dan sistem membership.

4. Pesaing dengan kompetitor dalam industri yang sama (*Rivalry of Competitors*)

Lembu Sakti Car Wash memiliki sejumlah pesaing dalam industri bisnis yang sama yaitu Car wash, di sekitar lokasi Lembu Sakti Car Wash terdapat beberapa kompetitor penyedia jasa car wash sejenis seperti Cuci Mobil dan Motor Manunggal, Cling Auto Car & Wash, Cuci Mobil Saverio, dan Bares Car Wash. Berikut tabel yang menggambarkan persaingan sistem layanan Lembu Car Wash dengan para kompetitornya dalam industri yang sama. Sehingga dengan demikian banyaknya pesaing dalam industri yang sama menandakan bahwa ancaman ini memiliki posisi yang sangat kuat dalam bisnis jasa ini.

Perusahaan	Layanan
Lembu Sakti Car Wash	Antar jemput dan offlines
Cuci Mobil dan Motor Manunggal	Offline
Cling Auto Car & Wash	Offline
Cuci Mobil Saverio	Offline
Bares Car Wash	Offline

Tabel 2. 3 Ancaman Perusahaan Sejenis

5. Kekuatan tawar menawar pemasok

Kekuatan pemasok dalam bisnis jasa yang di jalan Lembu Sakti Car Wash ini perlu di perhatikan, karena sejauh ini pemasok bahan cuci hanya satu dan berasal dari Purwokerto . Sehingga dapat dikatakan bahwa posisi ancaman kekuatan tawar menawar pemasok dalam bisnis kuat. Karena Lembu Sakti Car Wash hanya memiliki satu pemasok bahan cuci dan berada di luar kota.

2.4 Perencanaan Implementasi dan Pengembangan Bisnis

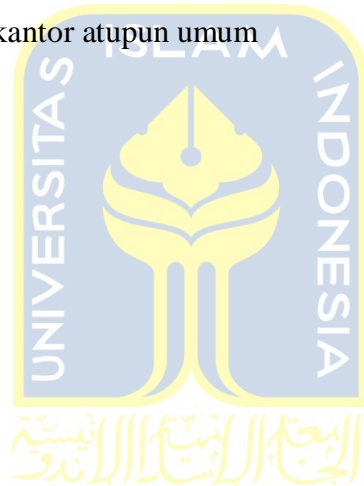
Dalam penyusunan rancangan model bisnis yang akan dilakukan ini beberapa ruang lingkup yang diteliti dan dipelajari pada penyusunan rancangan model bisnis berlangganan yang di mana memanfaatkan kepuasan pelanggan dalam hal pelayanan yang mencakup beberapa aspek, yaitu:

Lembu Sakti Car Wash merupakan perusahaan Lembu Sakti Car Wash merupakan tempat pencucian mobil dengan mengedepankan kepuasan dan pelayanan yang ekstra kepada pelanggan yang akan memberikan penawaran layanan jasa pencucian mobil keliling. Tempat usaha Lembu Sakti Car Wash bertempat di Robahan, Kalirejo, Kec. Kebumen, Kabupaten Kebumen. Lembu Sakti Car Wash didirikan dengan tujuan untuk menyediakan layanan jasa pencucian mobil keliling yang menggunakan sistem mobile. *Customer* tidak memerlukan lagi membawa mobil ke tempat pencucian mobil atau mengantri, melainkan cukup menghubungi penyedia jasa pencucian mobil keliling tersebut.

Lembu Sakti Car Wash mengadopsi konsep sederhana namun memberikan pengalaman unik kepada konsumen agar mereka tertarik untuk mencoba dan menjadikan layanan jasa cuci mobil tersebut sebagai yang terbaik. Tradisi mencuci

mobil umumnya melibatkan perjalanan ke tempat pencucian mobil dan mendaftarkan mobil untuk dicuci. Namun, Lembu Sakti Car Wash memenuhi kebutuhan cuci mobil dengan cara yang tidak memerlukan waktu tunggu dan lebih fleksibel melalui sistem online.

Untuk wilayah pemasaran Lembu Sakti Car Wash menargetkan konsumen yang berada dalam penerapan segmentasi geografis yang berada di daerah khususnya kebumen kota menggunakan alasan bahwa masih kurang sumber daya serta menjadi pendatang baru dalam usaha cuci mobil. Sasaran dari model bisnis ini merupakan pengguna kendaraan pribadi dari kelas bawah sampai atas dan kendaraan operasional kantor ataupun umum



BAB III

LAPORAN UMUM PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Profil Bisnis

Lembu Sakti Car Wash adalah jasa pencucian mobil yang di mana bertempat di Robahan, Kalirejo, Kec. Kebumen, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah yang di mana menjadi salah satu tempat cucian dengan pelayanan ekstra yang meliputi penggunaan mesin/ hidrolik cucian dengan menggunakan hidrolik tipe H yang di mana lebih safety dalam hal peralatan, memiliki ruang tunggu yang nyaman, aman dan bersih, serta memfasilitasi koneksi wifi secara gratis terhadap pelanggan, koran dan buku bacaan yang lain, di lembu sakti car wash juga memiliki keunggulan yaitu satu satunya tempat cucian di kabupaten kebumen yang buka sampai malam, di mana tingkat permintaan masyarakat yang tinggi untuk buka sampai malam, yang di mana tempat pencucian mobil di kebumen umumnya buka hanya sampai sore. Disini kami juga mengedepankan dalam hal kebersihan dan pelayanan yang maksimal terhadap konsumen dengan cara bisa antar jemput kendaraan yang akan dicuci dengan lokasi sekitar kebumen kota. Proses kegiatan pelayanan Lembu Sakti Car Wash ini buka pada pukul 08.00 s/d 21.00 WIB, pada tugas pekerjaan ini saya selaku pemilik lembu sakti car wash membagi 2 shift karyawan untuk bertugas, yang pertama pada pukul 08.00 - 16.00 WIB dan yang kedua pada pukul 16.00 - 21.00 WIB, masing- masing karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya di mana yang bertujuan agar kondusif dan maksimal dalam hal pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3.1.1 Visi dan Misi

Visi:

Menjadi penyedia jasa pencucian mobil dan motor yang terbaik yang dapat memberikan kepuasan setiap pelanggannya dan memberi fasilitas lebih kepada konsumen.

Misi:

Menciptakan konsumen baru dengan pelayanan jasa cuci mobil dan motor yang profesional yang bisa kita berikan.

3.1.2 Logo Bisnis



3.1.3 Lokasi Bisnis

Bisnis Lembu Sakti Car Wash ini beralamat Robahan, Kalirejo, Kec. Kebumen, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54317, selain itu juga lokasi ini sudah dapat diakses melalui google maps. Sehingga memudahkan customer kami untuk menuju lokasi.

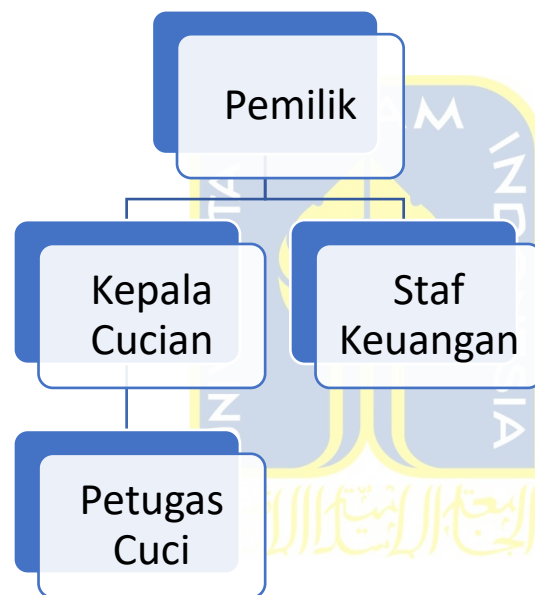
3.2 Pelaksanaan Bisnis

3.2.1 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia

3.2.1.1 Struktur Organisasi

Struktur organisasi memiliki peran penting dalam mewujudkan visi dan misi suatu organisasi. Struktur organisasi dirancang dengan tujuan untuk mencapai beberapa hal berikut ini: mendukung strategi organisasi dalam mengelola sumber daya secara efektif dan efisien, mengkoordinasikan fungsi-fungsi organisasi dengan

efektif, menentukan proses pengambilan keputusan, mengembangkan hubungan antara berbagai tingkatan dalam organisasi, serta mengelola tugas dan tanggung jawab individu atau kelompok dengan efektif. Dalam upaya membangun struktur organisasi, kepala organisasi memiliki kemampuan untuk menetapkan harapan terkait tugas dan peran individu serta kelompok dalam mencapai tujuan organisasi. Secara sederhana, struktur organisasi berfungsi sebagai sarana yang membantu organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (Gammahendra, Hamid, & Riza, 2014).



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Lembu Sakti Car Wash

Lembu Sakti Car Wash memiliki struktur Organisasi yang sederhana, struktur organisasi tersebut terdiri dari pemilik yang menempati struktur teratas. Selanjutnya terdapat Kepala cucian dan staf keuangan yang mengatur dan melaksanakan aktivitas bisnis, kepala cucian bertanggung jawab atas petugas cuci di lapangan sehingga kegiatan operasional bisnis dapat berjalan dengan lancar.

3.2.1.2 Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia mencakup semua individu yang terlibat dalam sebuah organisasi dan berusaha untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Menurut Ndrahan (1999) yang dikutip oleh Sutrisno (2009:4), sumber daya manusia yang berkualitas adalah mereka yang tidak hanya mampu menciptakan nilai yang dapat dibandingkan, tetapi juga nilai yang bersifat kompetitif, kreatif, dan inovatif dengan menggunakan energi secara maksimal. Mereka menggunakan kecerdasan, kreativitas, dan imajinasi, bukan hanya mengandalkan energi mentah seperti bahan baku, tanah, air, atau tenaga fisik. Sumber daya manusia didefinisikan sebagai sumber kekuatan yang berasal dari individu yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi. Dengan pengertian ini, sumber daya manusia menjadi sumber daya yang memiliki potensi, memberikan kontribusi, dan berperan dalam pencapaian tujuan organisasi. Dalam konteks Lembu Sakti Car Wash, sumber daya manusia terdiri dari 12 orang, termasuk pemilik, satu staf keuangan, satu kepala cuci, dan sembilan petugas cuci, yang terlibat dalam kegiatan bisnis perusahaan tersebut.

3.2.1.3 Kualifikasi dan Kompetensi SDM

Palan (2007) menyatakan bahwa kompetensi melibatkan kemampuan dan apa yang dapat dilakukan oleh individu, bukan hanya apa yang mereka tahu. Kessler (2011) menyimpulkan bahwa kompetensi melibatkan karakteristik terbaik dari karyawan yang membantu mereka meraih kesuksesan. Kessler mengidentifikasi berbagai karakteristik yang dapat mendorong perilaku karyawan untuk mencapai kinerja yang unggul dan efektif sesuai dengan tujuan perusahaan. Dengan kata lain, kompetensi melibatkan sifat-sifat yang tercermin dalam perilaku individu di tempat kerja. Berdasarkan pengertian tersebut, Lembu Sakti Car Wash

memiliki kualifikasi dan kompetensi dalam SDM yang mendukung kegiatan bisnis perusahaan, antara lain:

a. Pemilik Bisnis

Pemilik atau owner merupakan individu yang menyediakan modal awal atau investasi untuk mendirikan bisnis, memberikan hak kepemilikan penuh atas bisnis tersebut. Pemilik juga memiliki tanggung jawab untuk mengelola dan mengendalikan operasional bisnis agar sesuai dengan visi, misi, dan tujuan awal perusahaan.

b. Staf Keuangan

Staf keuangan adalah anggota tim yang harus memiliki pengetahuan dasar dan pengalaman dalam operasi keuangan perusahaan. Mereka juga harus mampu merencanakan strategi keuangan dan perencanaan yang tepat untuk jangka pendek dan jangka panjang. Tujuannya adalah agar aliran dan pengelolaan keuangan dalam perusahaan berjalan dengan optimal, efektif, dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan.

c. Kepala Cuci

Kepala cuci adalah individu yang bertanggung jawab atas kinerja karyawan dalam aktivitas pencucian di lapangan. Mereka memiliki otoritas dan tanggung jawab untuk memastikan kegiatan cuci berjalan dengan efektif dan efisien. Kepala cuci harus memiliki kepatuhan dan kecakapan dalam melakukan aktivitas cuci, sehingga aktivitas bisnis dapat berjalan dengan baik.

d. Petugas cuci

Petugas cuci adalah karyawan yang bekerja di bawah kepemimpinan kepala cuci. Mereka harus memiliki pengetahuan, keterampilan, kecermatan, keuletan, dan pengalaman dalam menjalankan aktivitas pencucian. Mereka juga diharapkan memiliki disiplin dan menjaga ketepatan waktu dalam menjalankan tugas. Hal ini bertujuan untuk mengurangi risiko keluhan atau kesalahan manusia dalam proses pencucian.

3.2.1.4 Proses Rekrutmen

Simamora (2004) menjelaskan bahwa proses rekrutmen melibatkan pemilihan dari sejumlah kandidat yang paling memenuhi kriteria seleksi untuk posisi atau jabatan dalam perusahaan. Di sisi lain, Teguh (2009) menggambarkan seleksi sebagai suatu proses yang terdiri dari beberapa langkah untuk memilih kandidat yang memiliki kriteria yang paling cocok untuk memenuhi persyaratan posisi atau jabatan tertentu, dan menentukan calon yang akan diterima. Proses ini dimulai dengan mencari dan menarik pelamar kerja, dan diakhiri dengan keputusan penerimaan.

Dalam melakukan rekrutmen SDM, Lembu Sakti Car Wash menggunakan metode iklan informasi pekerjaan kepada calon karyawan. Rekrutmen dilakukan dengan memberikan informasi terkait kualifikasi dan syarat yang dibutuhkan sehingga para calon karyawan dapat datang langsung ke Lembu Sakti Car Wash sebelum tanggal open rekrutmen ditutup. Beberapa iklan lowongan pekerjaan tersebut kami sebar melalui media sosial instagram, dan aplikasi penyedia informasi lowongan kerja.

Kemudian seluruh pendaftar yang memenuhi kualifikasi dan syarat tersebut kami panggil untuk wawancara kerja sederhana, jika merasa telah memenuhi ekspektasi kami ketika wawancara kerja, calon karyawan akan dihubungi kembali untuk penerimaan karyawan baru dengan status percobaan selama satu bulan. Jika dalam satu bulan tersebut calon pekerja dinilai berkerja dengan baik maka akan langsung diangkat menjadi karyawan tetap.

3.2.1.5 Sistem Penilaian Kinerja

Menurut Simamora (2004), rekrutmen merupakan proses pengambilan keputusan dalam memilih kandidat yang paling memenuhi kriteria seleksi untuk posisi atau jabatan di dalam perusahaan. Sebaliknya, Teguh (2009) menggambarkan seleksi sebagai serangkaian langkah dalam mengevaluasi beberapa kandidat yang memiliki kriteria yang paling sesuai untuk memenuhi persyaratan posisi atau jabatan tertentu, dan memutuskan kandidat mana yang akan diterima. Proses ini dimulai dengan menarik pelamar kerja dan diakhiri dengan pengambilan keputusan penerimaan.

Dalam penilaian kerja yang diterapkan Lembu Sakti Car Wash sangat sederhana, ketika karyawan dalam masa percobaan melakukan tugasnya dengan baik dan dapat beradaptasi dengan lingkungan kerjanya, serta dapat melayani pelanggan dengan baik menjadi tolak ukur penilaian tersendiri. Penilaian dinilai baik ketika tercipta lingkungan kerja yang baik dan tidak mengganggu operasional kerja.

3.2.1.6 Sistem Kompensasi

Menurut Handoko (2003), remunerasi adalah segala sesuatu yang diterima karyawan sebagai imbalan atas pekerjaannya. Gaji atau gaji pokok adalah gaji yang diterima oleh pekerja sebagai kompensasi bulanan, mingguan, harian, atau jam untuk pekerjaannya. Insentif adalah imbalan yang dibayarkan selain upah atau gaji, biasanya berhubungan langsung dengan prestasi kerja.

Lembu Sakti Car Wash menerapkan dua jenis sistem reimbursement, yaitu sistem imbalan finansial langsung dan sistem imbalan non-finansial. Dalam sistem imbalan finansial langsung, Lembu Sakti Car Wash memberikan imbalan berupa gaji kepada karyawan. Sementara itu, dalam sistem imbalan non-finansial, Lembu Sakti Car Wash memberikan bonus dan fleksibilitas jam kerja kepada karyawan.

Sistem penggajian merupakan salah satu aspek terpenting dalam pengelolaan sumber daya manusia Lembu Sakti Car Wash, agar karyawan merasa diperhatikan, dihargai dan menikmati pekerjaannya. Oleh karena itu, pemerintah daerah menetapkan besarnya ganti rugi sebagai berikut:

1. Staf Keuangan

Sistem kompensasi yang diterima oleh staf keuangan Lembu Sakti Car Wash adalah nilai gaji UMR Kabupaten Kebumen

2. Kepala Cucian

Sistem kompensasi yang diterima oleh kepala cucian adalah upah cuci dengan target per unit atau presentasi 30% per unit + uang makan 15.000/hari.

3. Petugas Cuci

Sistem kompensasi yang diterima oleh petugas cuci adalah upah cuci dengan target per unit atau presentasi 25% per unit + uang makan 15.000/hari.

3.2.2 Tinjauan Aspek Operasi

3.2.2.1 Perlengkapan dan Peralatan

Perlengkapan dalam konteks akuntansi merujuk pada barang-barang yang dimiliki oleh perusahaan yang bersifat konsumsi atau dapat digunakan kembali, umumnya berbentuk kecil, dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan operasional perusahaan. Perlengkapan ini dapat mencakup berbagai jenis item yang diperlukan untuk kelancaran bisnis perusahaan. Dalam beberapa kasus, biaya perlengkapan

dapat menjadi signifikan bagi perusahaan, tergantung pada jenis usaha yang dijalankan.

Pengertian peralatan adalah suatu alat ataupun bisa berbentuk tempat yang gunanya adalah untuk mendukung berjalannya pekerjaan. Peralatan pada umumnya lebih tahan lama (masa manfaatnya lebih lama) jika dibandingkan dengan perlengkapan (supplies).

Dalam menjalankan aktivitas bisnis Lembu Car Wash menggunakan perlengkapan dan bahan sebagai berikut :

- Hidrolik type H
- Kompresor
- Stick semprot
- Vacuum Cleaner
- Microfiber
- Semprotan Angin
- Sabun
- Lap Kanebo



3.2.2.2 Layout (Tata Letak)

Desain tata letak memiliki pengaruh besar terhadap efisiensi dan keberhasilan kegiatan industri. Tata letak, atau yang juga dikenal sebagai rencana penempatan, melibatkan perencanaan lokasi yang optimal untuk mesin pabrik, peralatan pabrik, bengkel, dan ruang perawatan. Penentuan tata letak didasarkan

pada struktur bangunan pabrik (Reksohadiprodro, 2008). Penataan fasilitas produksi yang baik secara langsung terkait dengan efisiensi produksi jangka panjang. Di samping itu, pengaturan tata letak fasilitas produksi juga berperan penting dalam menentukan lokasi yang tepat untuk mesin dan fasilitas lain yang mendukung proses produksi, aliran material, penyimpanan bahan, serta mobilitas para pekerja (Wignjosoebroto, 2009).

Lembu Sakti Car Wash menerapkan layout atau tata letak yang sesuai dengan proses pencucian sehingga dapat mengefisien waktu dalam proses pencucian dengan memiliki parkir yang luas sehingga tidak ada kepadatan ketika pelanggan keluar masuk ataupun saat parkir untuk mengantri.



Gambar 3. 2 *Layout tata letak Lembu Sakti Car Wash*

3.2.2.3 Kapasitas Operasi

Dalam proses pencucian di Lembu Sakti Car Wash terdapat 4 orang pekerja dalam setiap shiftnya yang dibagi menjadi 2 shifting dari jam 08.00 – 21.00, untuk pencucian mobil dikerjakan oleh 2 orang dalam durasi 20 – 30 menit. Dengan kapasitas tersebut dalam seharinya Lembu Sakti Car Wash mampu mengerjakan 40 – 60 unit mobil per-harinya.

3.2.2.4 Proses Operasi

Dalam proses aktivitas pencucian di Lembu Sakti Car Wash memiliki 2 jenis layanan, yang pertama pelanggan datang langsung ke lokasi dan layanan mobile antar jemput :

1. Proses Layanan langsung di lokasi

- Pelanggan datang menggunakan motor atau mobil langsung disambut oleh karyawan
- Karyawan menanyakan detailing cuci apa saja yang perlu dibersihkan
- Mempersilahkan pelanggan menunggu di tempat yang sudah disediakan
- Setelah selesai membersihkan, kemudian pelanggan diberikan struk nota pembayaran

2. Proses Layanan Antar Jemput

- Pelanggan memesan jasa melalui whatsapp
- Setelah di konfirmasi, karyawan mengambil mobil
- Setelah sampai di lokasi Lembu Sakti Car Wash jika ada antrian mobil tersebut di ambilkan antrian sesuai antrian yang sedang berjalan
- Setelah dibersihkan karyawan mengonfirmasi untuk pengambilan atau pengantaran sekaligus pembayaran.

3.2.3 Tinjauan Aspek Pemasaran

3.2.3.1 Analisis Pasar

Terdapat kenaikan jumlah kepemilikan kendaraan yang membuka potensi pasar jasa otomotif, termasuk usaha pencucian mobil di Indonesia. Saat ini, banyak orang disibukkan dengan pekerjaan yang menyita waktu dan tenaga ekstra mereka.

Khusus untuk golongan pekerja berpendapatan tinggi atau golongan ekonomi menengah ke atas dikatakan tidak memiliki waktu untuk mencuci kendaraannya agar kendaraannya tetap bersih, sementara di sisi lain ada keinginan untuk tampil mewah, yang tercermin dari kebersihan kendaraan yang digunakan juga tinggi. Dari situ terbuka peluang untuk membangun usaha jasa cuci mobil. Lembu Sakti Car Wash menjadi pendatang baru yang menawarkan pelayanan dengan antar jemput di mana selama ini belum banyak diterapkan oleh pelaku usaha sejenis di kota Kebumen.

3.2.3.2 Strategi Marketing Mix (Bauran Pemasaran)

Strategi pemasaran merupakan gabungan dari beberapa tahapan yang digunakan dari awal tahap perencanaan hingga eksekusi atau saat pelaksanaannya. Dalam hal ini ada museum, museum adalah sebuah lembaga yang aktivitasnya pada sektor jasa. Bentuk jasanya adalah informasi tentang budaya dan masa lalu. McCarthy berpendapat bahwa biasanya untuk produk, bauran pemasarannya terdiri dari 4P (product, place, price, dan promotion) kemudian dalam perkembangannya dikembangkan oleh Kotler dan Amstrong (2016:47), maka untuk pemasaran jasa ditambah menjadi 3P lagi untuk pemasaran jasa. Ketujuh unsur dalam bauran pemasaran untuk produk jasa sebagai berikut:

a) Produk (Product)

Untuk dapat dipasarkan, sebuah jasa atau produk harus melalui suatu perencanaan pemasaran yang harus diperhatikan karena menyangkut keinginan dan kebutuhan konsumen. Selain itu, dalam pemasaran jasa karena konsumen tidak bisa merasakan manfaat secara langsung dari jasa tersebut sesuai atau tidak dengan

keinginan konsumen (Kotler dan Armstrong, 2012:93). Jasa yang ditawarkan Lembu Sakti Car Wash merupakan layanan mencuci mobil/motor

b) Harga (Price)

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan pembeli guna mendapatkan produk atau jasa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka (Kotler dan Armstrong, 2009:263). Harga yang diterapkan Lembu Sakti Car Wash sesuai dengan keadaan dan jasa yang diberikan. Berikut harga yang ditawarkan cuci mobil Rp. 40.000, cuci motor Rp. 15.000, dan untuk cuci mobil panggilan Rp. 50.000. Dalam menentukan kebijakan harga Lembu Sakti Car Wash dengan melihat harga kompetitor dan melihat tingkat detailing yang diinginkan.

c) Tempat (Place)

Tempat pada bauran pemasaran karena tidak mengenal sistem distribusi sehingga tempat yang dimaksud adalah kantor penyedia layanan jasa. Hal ini berarti tempat yang memiliki akses dengan lebih mudah akan lebih menarik minat pengunjung yang ada di kawasan tersebut (Kotler dan Armstrong, 2016:51). Lembu Sakti Car Wash memberikan kemudahan akses dalam menggunakan jasa pencucian dengan layanan antar jemput dan di tempat.

d) Promosi (Promotion)

Promosi menggunakan beberapa metode yang dipakai sebagai sarana komunikasi terhadap konsumen karena promosi memiliki peranan penting dan dominan sehingga pengaruhnya untuk mengajak konsumen sehingga kemudian memakai jasa dan membeli produk yang ditawarkan. Promosi menyerap paling banyak anggaran yang besar karena biasanya perusahaan atau lembaga melakukan

peluncuran suatu produk dan jasa baru (Kotler dan Amstrong, 2012:76). Dalam promosi Lembu Sakti Car Wash menggunakan kekuatan relasi dari komunitas mobil dengan memberikan komplimen seperti membership dan diskon, Lembu Sakti Car Wash juga memiliki media sosial dan layanan informasi melalui sosial dalam menjangkau pelanggannya.

e) Sumber Daya Manusia (People)

Dalam kaitannya dengan pemasaran jasa, metode untuk menyampaikan jasa akan banyak dipengaruhi oleh SDM karena memiliki peranan untuk menyediakan jasa sehingga akan memengaruhi kualitas dari jasa tersebut. Memiliki peranan lebih dari 50% terhadap kualitas yang ditawarkan, SDM memiliki peran yang sangat vital . Lembu Sakti Car Wash, sebelum memasarkan jasa, wajib untuk mempersiapkan SDM dalam pelayanannya karena jasa cuci mobil ini cenderung memiliki tingkat kontak yang tinggi. Seluruh staf atau karyawan berperan sebagai part-time marketer karena segala perilaku mereka akan memengaruhi kualitas yang kelak pelanggan terima.

f) Proses (Process)

Proses merupakan kombinasi aktivitas yang terdiri dari jadwal, pekerjaan dan rutinitas perusahaan atau lembaga sehari-hari yang digunakan untuk menghasilkan dan memberi tahu layanan atau jasa. Di sini perusahaan harus memahami apa yang diinginkan konsumen, misalnya konsumen lebih menyukai penyampaian jasa yang lebih sederhana sehingga mereka dapat mencerna penyampaiannya dengan baik (Kotler dan Keller, 2016:184). Pelayanan yang

sederhana dan mengutamakan kenyamanan pelanggan selalu diterapkan di Lembu Sakti Car Wash..

g) **Bukti Fisik (Physical Evidence)**

Dengan menawarkan bukti fisik seperti brosur, penampilan karyawan yang rapi, gedung dan fasilitas fisik merupakan salah satu hal penting dalam merencanakan pemasaran sehingga bisa mengurangi risiko. Pada Lembu Sakti Car Wash kebersihan lokasi menjadi prioritas dalam memberikan nyaman pelanggan.

3.2.3.3 Strategi Promosi

Kotler (2012) menyebutkan bahwa *promotion* merupakan elemen yang ditujukan untuk memberikan informasi serta mempengaruhi pasar mengenai produk atau layanan baru perusahaan melalui kegiatan periklanan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat, dan promosi penjualan. Dalam hal ini, strategi promosi adalah suatu rencana yang dirancang untuk mengoptimalkan penggunaan elemen promosi, seperti *advertising*, *customer relationship*, penjualan pribadi, serta promosi penjualan (Lamb et al., 2009).

Lembu Sakti Car Wash, sebelum memasarkan jasa, wajib untuk mempersiapkan SDM dalam pelayanannya karena jasa cuci mobil ini cenderung memiliki tingkat kontak yang tinggi. Seluruh staf atau karyawan berperan sebagai part-time marketer karena segala perilaku mereka akan memengaruhi kualitas yang kelak pelanggan terima. Sejauh ini strategi promosi yang diterapkan Lembu Sakti Car Wash adalah kekuatan relasi dari mulut ke mulut.

3.2.3.4 Channel Distribution

Channel distribution adalah sekumpulan kelompok yang saling bergantung yang membantu membawa produk atau layanan kepada konsumen atau pengguna bisnis untuk digunakan atau dikonsumsi (Kotler & Armstrong, 2014). Saluran distribusi juga memiliki beberapa tingkatan alternatif (Suparyanto & Rosad, 2015):

a) Tingkat 0, Produser - Pengguna Akhir

B. Level 1, pabrikan - pengecer - pengguna akhir

C. Level 2, Produsen - grosir - pengecer - pengguna akhir

D Level 3, produsen - grosir - grosir - pengecer - pengguna akhir

Berdasarkan teori di atas, Lembu Sakti Car Wash termasuk saluran distribusi tingkat 0. Saluran tingkat 0 yang diterapkan Lembu Sakti Car Wash yaitu memberikan layanan jasa pencucian langsung kepada pelanggan.

3.2.4 Tinjauan Aspek Keuangan

3.2.4.1 Tingkat Efisiensi Biaya

Dalam melakukan efisiensi biaya Lembu Sakti Car Wash merencanakan penggunaan dana sesuai pos pada setiap aspek manajemen bisnis (operasional, SDM, dan pemasaran) dengan rincian sebagai berikut :

a. Operasional

Pada aspek ini Lembu Sakti Car Wash membagi penggunaan dananya menjadi beberapa bagian:

- Efisiensi bahan bakar

Pada efisiensi bahan bakar Lembu Sakti Car Wash menggunakan dananya dalam keperluan token listrik dan oli mesin dengan total biaya Rp 6.000.000

- Efisiensi perlengkapan cuci

Pada efisiensi peralatan dan perlengkapan cuci Lembu Sakti Car Wash menggunakan dananya untuk keperluan operasional seperti busa,parfume, sabun, semir, dan kanebo dengan total Rp 7.000.000

- Akomodasi dan biaya operasional lainnya

Pada bagian ini Lembu Sakti Car Wash menggunakan dananya dalam kegiatan mobilitas, pembelian galon, transportasi dan lainnya dengan total biaya Rp. 2.000.000

- b. Sumber Daya Manusia

Pada aspek sumber daya manusia Lembu Sakti Car Wash menggunakan dananya untuk pengembangan karyawan dengan total biaya Rp. 1.000.000

- c. Pemasaran

Pada aspek operasional pemasaran Lembu Sakti Car Wash hanya mengeluarkan dana Rp. 200.000 untuk kebutuhan mencetak brosur.

3.2.3.6 Perkembangan dan Proses Penjualan

Lembu Sakti Car Wash menjalankan pengembangan bisnis selama satu bulan, terhitung dari tanggal 1 Januari 2023, dan dalam kurun waktu satu bulan tersebut sudah berhasil melayani pencucian mobil dan motor dengan penjelasan sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Penjualan Lembu Sakti Car Wash Desember 2022

No.	Tanggal	Layanan Pencucian	Harga	Q	Total	Keterangan
1.	02/01/2023 s.d 08/01/2023	Mobil dan Motor	Rp. 40.000 dan Rp. 15.000	139 unit	Rp. 5.285.000	128 unit mobil dan 11 unit motor
2.	09/01/2023 s.d 15/01/2023	Mobil dan Motor	Rp. 40.000 dan Rp 15.000	186 unit	Rp. 6.905.000	163 unit mobil dan 23 unit motor
3.	16/01/2023 s.d 22/01/2023	Mobil dan Motor	Rp. 40.000 dan Rp 15.000	214 unit	Rp. 8.385.000	207 unit mobil dan 7 unit motor
4.	23/01/2023 s.d 29/01/2023	Mobil dan Motor	Rp. 40.000 dan Rp. 15.000	155 unit	Rp. 5.600.000	131 unit mobil dan 24 unit motor
			Total	694 unit	Rp 26.175.000	

Berdasarkan tabel bisa disimpulkan bahwa selama satu bulan pertama jalannya, Lembu Sakti Car Wash berhasil menjual 694 unit yang terdiri dari 629 unit mobil dan 65 unit motor dengan total pendapatan Rp 26.175.000. Jumlah tersebut dapat dijadikan bahan evaluasi bagi jalannya bisnis Lembu Sakti Car Wash kedepannya.

BAB IV

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

4.1 Identifikasi Masalah

Tentunya Sebuah perusahaan tidak dapat terhindar dari berbagai masalah dan hambatan dalam menjalankan operasional bisnisnya. Masalah manajemen merupakan hal yang umum dalam dunia bisnis, baik itu di perusahaan kecil skala UMKM maupun perusahaan besar. Masalah dan hambatan dapat muncul dalam berbagai tingkatan, mulai dari masalah kecil yang dapat diselesaikan dengan cepat tanpa melibatkan banyak pihak, hingga masalah besar yang membutuhkan waktu, biaya, dan kerja sama dari berbagai pihak untuk dapat diatasi. Masalah-masalah tersebut umumnya terkait dengan empat aspek fungsi administrasi, yaitu SDM, operasional, pemasaran, dan keuangan. Setiap aspek memiliki cara atau solusi tersendiri dalam menyelesaikan masalah yang muncul.

Dalam menjalankan bisnisnya, Lembu Sakti Car Wash juga menghadapi masalah dan kendala dalam operasionalnya. Meskipun memiliki berbagai permasalahan dan hambatan, hanya beberapa permasalahan utama yang menjadi fokus dari keempat jabatan manajemen. Berikut ini adalah rincian mengenai permasalahan utama yang dikaji oleh masing-masing jabatan manajemen tersebut

Tabel 4. 1 Masalah atau Hambatan Lembu Sakti Car Wash Berdasarkan Keempat Aspek Manajemen

Fungsi Manajemen	Masalah atau Hambatan	Skala Prioritas
SDM	Kurangnya personil karyawan dalam mengeksekusi mengambil dan mengantar kendaraan pelanggan dalam sistem antar jemput yang ditawarkan	2

Operasional	ketidakefisienan waktu dalam pengambilan kendaraan pelanggan, sehingga jam operasional kurang efektif dan tidak maksimal	1
Pemasaran	Kurangnya plang sebagai awareness lokasi usaha karena satu kompleks dengan lapangan futsal dan mini market	3
Keuangan	Kurangnya aliran dana untuk kegiatan pemasaran berupa promosi, pembuatan baliho dan spanduk di sepanjang jalan menuju lokasi Lembu Sakti Car Wash	4

4.2 Tinjauan Teoritis

Berdasarkan kendala dan keterbatasan yang dihadapi oleh Lembu Sakti Car Wash dalam sub bab sebelumnya, terdapat empat permasalahan yang terbagi dalam empat bidang fungsi manajemen dengan tingkat prioritas yang berbeda. Pada Bab 4, dibahas permasalahan dengan tingkat prioritas tertinggi, yaitu ketidakefisienan dalam proses pengambilan kendaraan pelanggan yang menyebabkan kurangnya efisiensi dan waktu operasional yang optimal. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan teori-teori dan solusi yang relevan. Oleh karena itu, penulis mengadopsi beberapa teori yang berhubungan dengan masalah tersebut, antara lain:

1. Pengertian Efisiensi Kerja

Secara umum, konsep efisiensi kerja mengacu pada perbandingan optimal antara tugas yang dilakukan dan hasil yang dicapai, baik dalam hal kualitas maupun produktivitas. Untuk memperoleh pemahaman tentang efisiensi kerja, dapat merujuk pada pandangan beberapa ahli, seperti yang diungkapkan oleh Susilo (2012) yang mendefinisikan efisiensi sebagai kondisi di mana pekerjaan dilaksanakan dengan benar dan sesuai dengan kemampuan individu.

Menurut Soekartawi (2010) Konsep efisiensi tenaga kerja adalah upaya penggunaan input sekecil mungkin untuk memperoleh pendapatan produksi yang sebesar-besarnya. Perbandingan ini ditunjukkan di bawah ini:

1) Pekerjaan dikatakan lebih efisien waktu apabila hasil pekerjaan berpedoman pada standar ukuran yang diinginkan untuk mendapatkan sesuatu yang baik dan maksimal.

2) Mengenai kinerja, hasil pekerjaan adalah pejabat secara kualitatif dan kuantitatif yang dilakukan pegawai sesuai dengan tugas yang diberikan kepadanya.

Dari penjelasan di atas, perbandingan terbaik antara pekerjaan dan hasil pekerjaan apa pun sebagian besar ditentukan oleh bagaimana pekerjaan itu dilaksanakan. Efisiensi kerja sering kali merupakan hasil dari penggunaan berbagai metode kerja yang efektif. Cara kerja yang efektif adalah yang dapat mencapai hasil yang maksimal tanpa mengorbankan kualitas, seperti menggunakan metode yang sederhana, cepat, ekonomis, mudah, dan efisien.

2. Tujuan dan Manfaat Efisiensi Kerja

Efisiensi kerja sering dibahas dalam berbagai bidang kehidupan manusia, dan memiliki tujuan yang mendasari penggunaannya. Secara umum, tujuan dari prestasi kerja dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) Untuk mencapai hasil atau tujuan yang diharapkan.

2) Menghemat atau mengurangi penggunaan sumber daya saat melakukan operasi.

3) Untuk memaksimalkan penggunaan semua sumber daya yang tersedia sehingga tidak ada yang terbuang percuma.

4) Meningkatkan efisiensi tenaga kerja unit sehingga output dimaksimalkan.

5) Maksimalkan potensi keuntungan yang didapatkan.

6) Penetapan kebutuhan pribadi (SDM) sebagai dasar peningkatan Penetapan kebutuhan pribadi/kebutuhan karyawan (SDM): sebagai dasar untuk menambah atau mengurangi jumlah/karyawan suatu pekerjaan atau unit kerja.

7) Menyempurnakan (Redesign) tugas.

Jabatan:

menambah atau Mengurangi tugas atau aktivitas postural untuk mencapai rentang beban kerja standar (optimal).

8) Kesempurnaan (Redesign)

Struktur organisasi:

Gabungkan 2 lokasi atau lebih menjadi satu lokasi; Membagi 1 posisi menjadi 2 posisi atau lebih; atau menciptakan pekerjaan baru.

9) Penyempurnaan (restrukturisasi) Standard Operating Procedure (SOP):

Penyempurnaan SOP karena adanya restrukturisasi jabatan/fungsi dan/atau penyempurnaan struktur organisasi.

10) Menentukan waktu normal (standard time) untuk tugas dan

Kegiatan:

Standar waktu untuk setiap tugas dan kegiatan ditentukan di organisasi/perusahaan kita sendiri menurut standar yang biasa.

11) Menentukan kebutuhan pelatihan

Karyawan/Personil:

diidentifikasi dengan waktu standar (Waktu Normal) Seorang pekerja/pegawai bekerja lebih lama (lebih lama) dari waktu normal untuk suatu tugas/tindakan tertentu.

Dengan memahami manfaat analisis beban kerja, harapannya adalah bahwa organisasi atau perusahaan dapat mencapai tingkat prestasi kerja yang lebih tinggi dari para karyawan mereka, yang pada akhirnya akan meningkatkan tingkat produktivitas organisasi atau perusahaan tersebut. Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari berbagai usaha efisiensi adalah mencapai tingkat efisiensi optimal. Efisiensi optimal merupakan hasil terbaik dari perbandingan antara upaya yang dilakukan dengan hasil yang diharapkan.

3. Pengertian Efektivitas

Efisiensi merujuk pada ukuran yang digunakan oleh suatu organisasi untuk mencapai proses kerja yang lebih baik dalam menjalankan tugas-tugasnya. Konsep efisiensi umumnya mengacu pada hasil yang dicapai, di mana efisiensi kerja adalah kegiatan yang dinilai berdasarkan sejauh mana tujuan dan harapan yang diinginkan dapat dicapai dengan hasil yang baik. Dalam konteks ini, jika tujuan atau maksud yang telah direncanakan sebelumnya dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan, maka dapat dikatakan sebagai efektif.

Beberapa ahli ekonomi memberikan definisi efisiensi sebagai berikut:

- Menurut Prasetyo Saksono (2009:12), efisiensi adalah sejauh mana tingkat hubungan output yang dicapai dengan tingkat pengembalian yang diharapkan dari input yang diberikan dalam suatu perusahaan atau individu.

- Menurut Hidayat (2011:18), efisiensi adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana tujuan perusahaan, baik dalam hal kuantitas, kualitas, maupun waktu, dapat dicapai. Semakin tinggi persentase tujuan yang tercapai, semakin tinggi pula tingkat efisiensinya.
- Menurut Schemerhon John.Jr. (2018:23), efisiensi dapat diukur dengan membandingkan hasil anggaran atau target yang diharapkan (OA) dengan hasil aktual yang dicapai (OS). Jika $OA > OS$, maka dikatakan efisien.

Berdasarkan pengertian efisiensi dari beberapa ahli ekonomi di atas, dapat disimpulkan bahwa efisiensi pada dasarnya mencerminkan sejauh mana manajemen telah mencapai tujuan yang telah ditetapkan, seperti kualitas, kuantitas, dan waktu. Semakin banyak tujuan yang dapat dicapai, semakin efektif tindakan tersebut. Kata efisiensi juga dapat mengacu pada aktivitas bisnis tertentu atau keberhasilan yang dapat dicapai oleh individu atau perusahaan.

4. Perencanaan Kriteria Efektivitas

Suatu sumber daya atau kegiatan dapat dikatakan efektif jika memenuhi kriteria tertentu, dengan efektivitas yang terkait erat dengan pencapaian semua tugas utama. Tercapainya tujuan aktualitas dan adanya usaha atau kerja sama aktif dari pelaksana. Secara umum, beberapa tolok ukur atau kriteria kinerja adalah sebagai berikut:

1) Efisiensi keseluruhan, yaitu sejauh mana seseorang atau organisasi memenuhi semua tanggung jawab utamanya.

2) Produktivitas, yaitu jumlah suatu produk atau jasa dasar yang dihasilkan oleh seorang individu, kelompok atau organisasi.

3) Efisiensi kerja merupakan ukuran keberhasilan suatu operasi, dinilai dari jumlah sumber daya yang dikeluarkan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

4) keuntungan, yaitu keuntungan dari investasi yang digunakan untuk melakukan kegiatan.

5) pertumbuhan, yaitu perbandingan keadaan organisasi saat ini dengan kondisi sebelumnya (tenaga kerja, lokasi, harga jual, dan lain-lain).

4.3 Pemecahan Masalah

Dalam menyelesaikan dan pemecahan permasalahan yang dihadapi Lembu Sakti Car Wash menggagas beberapa teori yang relevan dalam penyelesaian dan pemecahan masalah, agar nantinya dapat berdampak ke arah yang lebih baik bagi keberlangsungan bisnis Lembu Sakti Car Wash.

Permasalahan utama yang terjadi di Lembu Sakti Car Wash adalah ketidakefisienan waktu dalam pengambilan kendaraan pelanggan, sehingga jam operasional kurang efektif dan tidak maksimal. Berdasarkan teori yang dijabarkan oleh Susilo (2011:28) mengenai efisiensi adalah keadaan di mana pekerjaan dilakukan dengan benar dan sesuai dengan kemampuan seseorang. Dalam aktivitas bisnis yang dijalani Lembu Sakti Car Wash masih kurang efisien karena ketika mendapat orderan melalui sistem antar jemput dalam pengoperasiannya masih mengandalkan karyawan yang sedang melakukan shifting sebagai tukang cuci sekaligus pengambilan kendaraan pelanggan. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh Soekartaw (2010:220) yaitu konsep efisiensi tenaga kerja adalah upaya penggunaan input sekecil mungkin untuk memperoleh pendapatan produksi yang sebesar-besarnya. Perbandingan tersebut ditunjukkan dengan 1) Pekerjaan dikatakan lebih efisien waktu apabila hasil pekerjaan berpedoman pada standar

ukuran yang diinginkan untuk mendapatkan sesuatu yang baik dan maksimal, 2) Mengenai kinerja, hasil pekerjaan adalah pekerjaan secara kualitas dan kuantitas yang dilakukan pegawai sesuai dengan tugas yang diberikan kepadanya.

Permasalahan lainnya adalah jumlah armada dan personil yang disediakan Lembu Sakti Car Wash untuk mobilitas yang masih terbatas sehingga ketika terjadi lonjakan pesanan melalui sistem antar jemput kendaraan pelanggan dapat mengakibatkan antrian panjang di lokasi pencucian. Sehingga dalam kedua permasalahan tersebut membuat Lembu Sakti Car Wash tidak dapat memaksimalkan jam operasional secara efektif dan efisien. Selain itu dalam pengembangannya sistem antar jemput ini masih kurang efektif dilakukan jika belum menambah armada maupun personil karena dapat mengganggu aktivitas bisnis yang dilakukan di lokasi pencucian.

Dari permasalahan di atas Lembu Sakti Car Wash akan menerapkan beberapa strategi untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi, yaitu dengan menambahkan personil dan armada sehingga tidak mengganggu aktivitas bisnis di lokasi cucian. Selain itu dengan bertambahnya armada dan personil dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas lagi, yaitu orang-orang yang malas bepergian menuju lokasi pencucian. Lembu Sakti Car Wash juga memperhatikan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Efektifitas diantaranya :

1) Waktu

Menyelesaikan pekerjaan tepat waktu merupakan faktor penting. Semakin lama suatu tugas tertentu diselesaikan, maka semakin banyak pula tugas-tugas lain yang mengikuti, dan hal ini mengurangi efisiensi kerja karena memakan banyak waktu. Pada variabel ini Lembu Sakti Car Wash memiliki jam kerja shifting

sehingga para pekerja cuci tidak terlalu lelah, dalam pengerjaan satu unit mobil dikerjakan oleh 2 orang pekerja cuci sehingga waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan cucian lebih cepat dan tidak terjadi over time.

2) Tugas

Lembu Sakti Car Wash memiliki sistem tugas di mana bawahan harus memberi tahu mereka tujuan dan pentingnya tugas yang diberi wewenang.

3) Produktivitas

Seorang karyawan dengan produktivitas yang tinggi sudah pasti mampu mencapai prestasi kerja yang baik begitu pula sebaliknya. Untuk meningkatkan produktivitas karyawan di Lembu Sakti Car Wash juga menerapkan sistem reward terhadap kinerja karyawannya berupa bonus atau komplimen yang mempermudah mereka dalam melakukan aktivitas bisnis.

4) Motivasi

Pemimpin atau leader cuci di Lembu Sakti Car Wash dapat mendorong bawahan mereka dengan memperhatikan kebutuhan dan tujuan sensitif mereka. Semakin termotivasi karyawan untuk bekerja secara positif, semakin baik hasilnya.

5) Evaluasi pekerjaan

Selama melakukan aktivitas bisnis di Lembu Sakti Car Wash peranan leader cuci yaitu mendorong, membantu dan menasehati bawahan, sebaliknya bawahan harus melakukan tugas dengan benar atau tidak.

6) Pengawasan

Dengan adanya pengawasan maka kinerja pegawai dapat terus menerus diperiksa sehingga risiko terjadinya kesalahan dalam pelaksanaan tugas dapat diminimalkan.

7) Lingkungan kerja

Lingkungan kerja mengacu pada penampilan cahaya ruangan dan efek kebisingan, yang memengaruhi konsentrasi karyawan selama bekerja. Lembu Sakti Car Wash juga selalu memberikan kenyamanan dan keamanan para pegawainya sehingga muncul kebanggaan dan rasa kepemilikan terhadap tempat kerja mereka.

8) Perlengkapan dan Fasilitas

Fasilitas adalah alat dan perlengkapan yang disediakan oleh manajemen tenaga kerja. Semakin baik nasihat perusahaan berhasil, maka semakin baik pula hasil kerja orang tersebut dalam mencapai tujuan atau hasil yang diharapkan. Lembu Sakti Car Wash memberikan peralatan cuci dengan standar profesional sehingga baik karyawan dan pelanggan mendapatkan pengalaman dan hasil yang maksimal.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa faktor jam kerja, produktivitas, motivasi, evaluasi kerja, pengawasan serta kesempurnaan lingkungan dan fasilitas kerja sangat berpengaruh terhadap peningkatan efisiensi pegawai. Jika faktor-faktor ini tidak ada, sulit bagi Lembu Sakti Car Wash untuk meningkatkan efisiensi kerja karyawannya. Pola asuh berarti suatu bentuk atau sistem pengasuhan. Secara terminologis, pola asuh adalah pola atau sistem yang diterapkan dalam pengasuhan, pengasuhan, dan pendidikan anak yang relatif konsisten dari waktu ke waktu. Anak-anak dapat mempersepsikan perilaku ini secara negatif atau positif.

4.4 Hasil Pemecahan Masalah

Setelah menerapkan beberapa strategi dalam upaya pemecahan masalah di Lembu Sakti Car Wash tentang efisiensi dan efektifitas kerja terhadap sistem antar

jemput kendaraan pelanggan. Lembu Sakti Car Wash mendapatkan hasil dari pemecahan masalah sebagai berikut :

a. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja

Dengan penambahan personil dan armada untuk mobilitas sistem antar jemput kendaraan pelanggan ini, Lembu Sakti Car Wash menambah 2 personil dan satu armada sepeda motor untuk fokus mengambil dan mengantar kendaraan pelanggan dengan kualifikasi memiliki SIM A dan SIM C sehingga kepercayaan pelanggan ketika mobilnya dibawa meningkat. Hal ini berpengaruh signifikan terhadap efisiensi dan efektivitas kerja, karena tidak mengganggu aktivitas bisnis di lokasi cucian di mana sebelumnya para pekerja cuci juga harus mengambil dan mengantar kendaraan pelanggan.

b. Mengurangi antrian panjang

Ketika harus menunggu antrian yang panjang dan lama terkadang calon pelanggan bisa mengurungkan niatnya untuk menggunakan jasa, hal yang terjadi sebelum penambahan personil dan armada untuk mengantar jemput kendaraan pelanggan sempat terjadi antrian panjang yang mengakibatkan para pekerja cuci harus bekerja ekstra, namun dengan adanya penambahan personil dan armada para pegawai dapat menyelesaikan pekerjaannya masing-masing dengan tepat dan cepat.

c. Meningkatnya jumlah cucian perharinya

Lembu Sakti Car Wash perlahan dengan adanya sistem antar jemput kendaraan ini memperlihatkan peningkatan jumlah unit per harinya, di mana rata-rata 5 – 10 unit mobil yang dicuci merupakan pelanggan yang memesan melalui sistem antar jemput kendaraan, Hal ini dapat lebih ditingkatkan lagi bila orang-

orang sudah lebih mengetahui pengembangan sistem antar jemput kendaraan yang ditawarkan oleh Lembu Sakti Car Wash.



BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Dari serangkaian analisis dan strategi pemecahan masalah tentang kurangnya efisiensi dan efektivitas dalam operasional di Lembu Sakti Car Wash saat

mengembangkan sistem antar jemput kendaraan pelanggan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Menyelesaikan pekerjaan tepat waktu merupakan faktor penting. Semakin lama suatu tugas tertentu diselesaikan, maka semakin banyak pula tugas-tugas lain yang mengikuti, dan hal ini mengurangi efisiensi kerja karena memakan banyak waktu.
2. Tugas bawahan harus diberitahukan maksud dan pentingnya tugas-tugas yang di legalisirkan kepada mereka.
3. Seorang karyawan dengan produktivitas yang tinggi sudah pasti mampu mencapai prestasi kerja yang baik begitu pula sebaliknya.
4. Pemimpin/Leader dapat mendorong bawahan mereka dengan memperhatikan kebutuhan dan tujuan sensitif mereka. Semakin termotivasi karyawan untuk bekerja secara positif, semakin baik hasilnya.
5. Dalam evaluasi kerja, pemimpin harus mendorong, membantu dan menasehati bawahan, sebaliknya bawahan harus melakukan tugas dengan benar atau tidak.
6. Dengan adanya pengawasan maka kinerja pegawai dapat terus menerus diperiksa sehingga risiko terjadinya kesalahan dalam pelaksanaan tugas dapat diminimalkan.
7. Lingkungan kerja mengacu pada penampilan cahaya ruangan dan efek kebisingan, yang memengaruhi konsentrasi karyawan selama bekerja.
8. Fasilitas adalah alat dan perlengkapan yang disediakan oleh manajemen tenaga kerja. Semakin baik peralatannya, maka semakin baik pula hasil kerja orang tersebut dalam mencapai tujuan atau hasil yang diharapkan.

9. Dengan penambahan personil dan armada untuk mobilitas sistem antar jemput kendaraan pelanggan ini, Lembu Sakti Car Wash menambah 2 personil dan satu armada sepeda motor untuk fokus mengambil dan mengantar kendaraan pelanggan, hal ini berpengaruh secara signifikan terhadap efisiensi dan efektifitas kerja.
10. Dengan adanya penambahan personil dan armada para pegawai dapat menyelesaikan pekerjaannya masing-masing dengan tepat dan cepat.
11. Lembu Sakti Car Wash perlahan dengan adanya sistem antar jemput kendaraan ini memperlihatkan peningkatan jumlah unit per harinya, di mana rata-rata 5 – 10 unit mobil yang dicuci merupakan pelanggan yang memesan melalui sistem antar jemput kendaraan

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil rancangan dan implementasi strategi serta beberapa kesimpulan di atas, maka rekomendasi dari evaluasi bagi calon pengusaha yang memiliki ketertarikan memulai bisnis usaha cucian mobil adalah sebagai berikut :

1. Pertama-tama calon pengusaha harus melakukan riset pasar terhadap perkembangan industri jasa cucian mobil, mengerti dan memahami bagian-bagian dalam menganalisis keinginan pelanggan.
2. Pengusaha masa depan juga harus membuat Value Proposition Canvas (VPC) dan Business Model Canvas (BMC) untuk mendefinisikan segmen dan model pelanggan tentang perusahaan yang dikelola dan gambaran peta rencana Hubungan antara segmen pelanggan dan proposisi nilai.
3. Wirausaha masa depan harus mampu memberikan gambaran berupa tujuan untuk pengembangan usaha dalam 5-10 tahun ke depan.

4. Dalam pengelolaan SDM, calon bisnis harus dapat menentukan kualifikasi SDM dan job description dengan baik agar perusahaan nantinya dapat beroperasi secara efektif dan efisien.
5. Pada aspek pemasaran calon wirausahawan harus bisa menentukan rencana dan strategi pemasaran untuk meningkatkan brand awareness seperti penambahan baliho, spanduk harga dll.



DAFTAR PUSTAKA

BPS. (2022, Januari 05). *Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit), 2018-2020*. Retrieved from bps.go.id: <https://www.bps.go.id/indicator/17/57/1/perkembangan-jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-jenis.html>

Cassadeus-Masnell, R. &. (2013). Business Model Innovation and Competitive Immitation: The Case of Sponsor-Based Business Model. *trategic Management Journal*, 34(4), 464–482.

Indah Sari, J. P. (2022, Oktober 05). *Jumlah Kepemilikan Mobil di Indonesia Tembus 20 Juta Unit*. Retrieved from <https://otomotif.kompas.com/>:
<https://otomotif.kompas.com/read/2022/10/05/200100615/jumlah-kepemilikan-mobil-di-indonesia-tembus-20-juta-unit>

Kerin, R. e. (2013). *Marketing*. New York: McGraw-Hill Education.

Osterwalder, A. &. (2010). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Purnama, R. (2021, Februari 05). *Sensus Kendaraan di Indonesia: Lebih dari 133 Juta Unit*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/>:
<https://www.cnnindonesia.com/otomotif/20210203115349-579-601700/sensus-kendaraan-di-indonesia-lebih-dari-133-juta-unit>

Suliyanto. (2020). *STUDI KELAYAKAN BISNIS : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.

Sutrisno, E. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Dudin, M.K. et al. 2015. The Innovative Business Model Canvas in the System of Effective Budgeting. *Asian Social Science*, 11(7), 290–296.

- Palan. (2007), *Competency Management Teknik Me* (Sutrisno E. , 2009)ngimplementasikan Manajemen SDM Berbasis Kompetensi Untuk Meningkatkan Daya Saing Organisasi, Jakarta:PPM.
- Kessler, R. (2011), *Competency Based Performance Reviews Evaluasi Kinerja Karyawanuntuk Mencapai Sasaran Strategi Organisasi*, Jakarta: PPM.
- Simamora, H. (2004), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, edisi ketiga, cetakan Pertama, Yogyakarta: YKPN.
- Teguh, Ambar. (2009), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Graha Ilmu.
- Handoko, T. Hani. (2003), *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: BPFE.
- Reksohadiprodhho, S. (2008), *Manajemen Produksi*, Yogyakarta: BPEE.
- Kotler, Phillip dan Armstrong, Kevin. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. London: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012), *Principles of Marketing*, New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller. (2009), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Lamb. (2009), *Essentials of Marketing (6th)*, Mason: South-Western Cengage Learning.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014), *Principle of Marketing*, 15 edition ed, London: Pearson.
- Suparyanto, & Rosad. (2015), *Manajemen Pemasaran*, Bogor: In Media.
- Gammahendra, F., Hamid, D., & Riza, M. F. (2014), *Pengaruh Struktur Organisasi terhadap Efektivitas Organisasi*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 7(2): 1–10.
- Prasetyo Budi Saksono,(2009) . *Dalam Menuju SDM*. Budi Aksara. Jakarta
- Prasetyo Budi Saksono,(2009) . *Dalam Menuju SDM*. Budi Aksara. Jakarta
- Soekartawi, (2010), *Teori Ekonomi Produksi Dengan Pokok Bahasan Analisis Fungsi Cobb-Douglas*: CV Rajawali. Jakarta

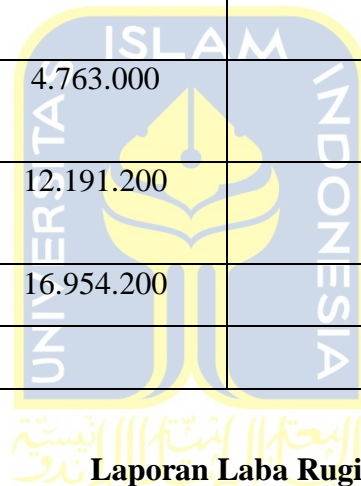
LAMPIRAN

Laporan Laba Rugi

Lembu Sakti Car Wash

Periode 02 Desember- 30 Desember 2022

Pendapatan			
Pendapatan Jasa		26.175.000	
Diskon Jasa			
Pendapatan Jasa Bersih			26.175.000
Beban Usaha			
Beban Operasional	4.763.000		
Gaji + Uang Makan	12.191.200		
Jumlah beban	16.954.200		16.954.200
Laba Bersih			9.220.800



Laporan Laba Rugi

Lembu Sakti Car Wash

Periode 02 Januari- 30 Januari 2023

Pendapatan			
Pendapatan Jasa		22.650.000	
Diskon Jasa			
Pendapatan Jasa Bersih			22.650.000
Beban Usaha			

Beban Operasional	4.500.000		
Gaji + Uang Makan	10.549.500		
Jumlah beban	15.049.500		15.049.500
Laba Bersih			7.600.500

Laporan Laba Rugi
Lembu Sakti Car Wash
Periode 02 Februari – 27 Februari 2023

Pendapatan			
Pendapatan Jasa		32.065.000	
Diskon Jasa			
Pendapatan Jasa Bersih			32.065.000
Beban Usaha			
Beban Operasional	4.673.000		
Gaji + Uang Makan	14.934.500		
Jumlah beban	19.607.500		19.607.500
Laba Bersih			12.457.500

**LAPORAN
NERACA
Lembu Sakti Car Wash
Periode Desember 2022**

Aktiva Lancar	
Kas	10.000.000
Persediaan	4.763.000
Total Aktiva Lancar	14.763.000
Aktiva Tetap	
Mesin	30.000.000
Total Aset	44.763.000
Utang dan Modal	
Utang Usaha	
Modal Disetor	44.763.000
Laba Ditahan	
Total Utang dan Modal	44.763.000

**LAPORAN
NERACA
Lembu Sakti Car Wash
Periode Januari 2023**

Aktiva Lancar	
Kas	10.000.000
Persediaan	4.500.000
Total Aktiva Lancar	14.500.000

Aktiva Tetap	
Mesin	30.000.000
Total Aset	44.500.000
Utang dan Modal	
Utang Usaha	
Modal Disetor	44.763.000
Laba Ditahan	9.220.800
Total Utang dan Modal	53.983.800

LAPORAN

NERACA

Lembu Sakti Car Wash

Periode Februari 2023

Aktiva Lancar	
Kas	19.220.800
Persediaan	4.673.000
Total Aktiva Lancar	23.893.800
Aktiva Tetap	
Mesin	30.000.000
Total Aset	53.893.800
Utang dan Modal	
Utang Usaha	
Modal Disetor	44.763.000
Laba Ditahan	7.600.500
Total Utang dan Modal	52.363.500

Laporan
Arus Kas Lembu Sakti Car Wash
Periode Desember 2022

Aktivitas Operasional	
Kas diterima dari pelanggan	
Pembayaran kas untuk beban	(4.763.000)
Kas untuk aktivitas operasional	(4.763.000)
Aktivitas Investasi	
Pembelian Aktiva	(30.000.000)
Penjualan Aktiva	
Kas untuk aktivitas investasi	
Aktivitas Pendanaan	
Kas diterima sebagai investasi pemilik	44.763.000
Penarikan oleh pemilik	
Kas untuk aktivitas pendanaan	44.763.000
KAS PADA AWAL PERIODE	44.763.000
KAS PADA AKHIR PERIODE	10.000.000

Laporan
Arus Kas Lembu Sakti Car Wash
Periode Januari 2023

Aktivitas Operasional	
Kas diterima dari pelanggan	13,720.800
Pembayaran kas untuk beban	(4.500.000)
Kas untuk aktivitas operasional	(9.220.800)
Aktivitas Investasi	
Pembelian Aktiva	

Penjualan Aktiva	
Kas untuk aktivitas investasi	
Aktivitas Pendanaan	
Kas diterima sebagai investasi pemilik	
Penarikan oleh pemilik	
Kas untuk aktivitas pendanaan	
KAS PADA AWAL PERIODE	10.000.000
KAS PADA AKHIR PERIODE	19.220.800

Laporan
Arus Kas Lembu Sakti Car Wash
Periode Februari 2023

Aktivitas Operasional	
Kas diterima dari pelanggan	12.273.500
Pembayaran kas untuk beban	(4.673.000)
Kas untuk aktivitas operasional	7.600.500
Aktivitas Investasi	
Pembelian Aktiva	
Penjualan Aktiva	
Kas untuk aktivitas investasi	
Aktivitas Pendanaan	
Kas diterima sebagai investasi pemilik	
Penarikan oleh pemilik	
Kas untuk aktivitas pendanaan	
KAS PADA AWAL PERIODE	19.220.800
KAS PADA AKHIR PERIODE	26.821.300

Lampiran Dokumentasi tempat usaha



