

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kebersihan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah keadaan bebas dari kotoran, termasuk diantaranya debu, sampah, dan bau. Manusia perlu menjaga kebersihan lingkungan dan kebersihan diri agar sehat supaya tidak menyebarkan kotoran, atau menularkan kuman penyakit bagi diri sendiri maupun orang lain. Saat Covid-19 pertama kali masuk ke Indonesia, perilaku hidup sehat dan menjaga kebersihan sudah menjadi hal yang penting untuk menghambat penularan Covid-19. Kebersihan dapat dilakukan dari diri sendiri seperti mandi, menyikat gigi, mencuci baju, mencuci tangan dan sebagainya. Selain kebersihan diri, kebersihan lingkungan juga tidak kalah penting. Dimulai dari lingkungan rumah kita sendiri, sesuai dengan UU Nomor 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, sebagai warganegara yang baik sudah sewajibnya kita ikut mengelola dan menjaga kebersihan lingkungan kita masing-masing. Dengan menjaga kebersihan rumah kita dapat menghindari penyakit seperti ISPA, TBC, dan alergi lainnya. Penelitian dari Thomson Research Associates, Kanada, menyatakan bahwa 1 ons debu mengandung 42.000 tungau. Apabila hal ini dibiarkan akan berbahaya bagi kesehatan karena dapat menyebabkan alergi dan penyakit pada saluran pernapasan, bahkan kulit (Sungkar, 2004). Melihat semua akibat tersebut, penting rasanya untuk setiap anggota masyarakat agar peduli dan mulai menjaga kebersihan rumahnya.

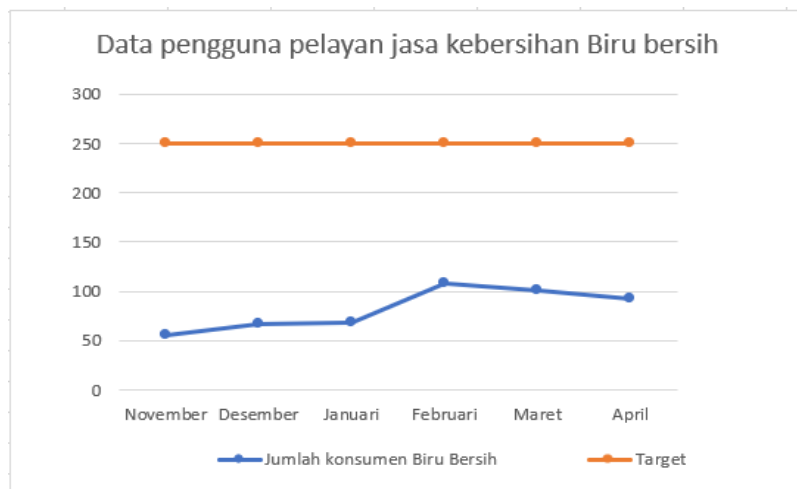
Kota Bandung tercatat memiliki luas daerah 16.729,650 ha, memiliki 30 kecamatan dan 151 kelurahan. Menurut Dinas Perumahan dan Kawasan Bandung, dengan kepadatan penduduk 15.71 jiwa/ km², maka 55,53% lahan di Kota Bandung merupakan pemukiman dan masih akan ada pembangunan lebih lanjut (Dinas Perumahan dan Kawasan Bandung, 2022).

Sejak 2010 sudah mulai banyak perusahaan penyedia jasa kebersihan yang hadir, namun bisnis ini masih awam untuk rumah tangga biasa. Perusahaan penyedia jasa kebersihan ini lebih sering melayani untuk fasilitas publik seperti kantor,

sekolah, dan tempat umum lainnya. Padahal seiring dengan jumlah pemukiman yang banyak, perusahaan jasa kebersihan memiliki target pasar yang besar untuk melayani kebersihan rumah. Di Kota Bandung sendiri perusahaan penyedia jasa kebersihan sudah lumayan banyak namun untuk konsumennya belum terlalu banyak.

Salah satu perusahaan penyedia jasa kebersihan di Kota Bandung adalah Biru Bersih. Perusahaan ini baru berdiri sejak September 2021, saat pandemik Covid-19. Pemilik Biru Bersih memiliki tujuan untuk dapat membantu masyarakat dalam menjaga kebersihan rumah dan menciptakan lapangan pekerjaan untuk lingkungan sekitar. Pelayanan yang disediakan berupa *daily cleaning*, *general cleaning*, cuci kasur dan sofa, serta salon toilet. Segala bentuk layanan yang diberikan memang berfokus dalam pekerjaan rumah tangga yang mana sebagai tempat paling penting bagi semua orang, karena dengan rumah yang bersih akan sangat berdampak besar bagi kesehatan keluarga itu sendiri, terlebih di pandemik Covid-19 ini. Semenjak berdirinya bisnis ini, cukup banyak pelanggan yang datang dari rumah, apartemen, dan kantor-kantor.

Sejak tahun 2021 Biru Bersih aktif melayani dalam membersihkan rumah, namun setelah dilihat dari data konsumen yang menggunakan Biru Bersih masih belum bisa memenuhi target yang diharapkan Biru Bersih. Data pengguna pelayan jasa kebersihan Biru Bersih selama 6 bulan terakhir ditunjukkan dalam Gambar I.1.



Gambar I. 1 Data pengguna layanan jasa kebersihan Biru Bersih

(Sumber: Biru Bersih, 2022)

Dapat dilihat bahwa selama 6 bulan terakhir ini belum ada target yang bisa tercapai. Hal ini menjadi permasalahan bagi Biru Bersih karena dengan tidak tercapainya target penjualan maka akan mempengaruhi profit yang diperoleh Biru Bersih, sedangkan pesaing Biru Bersih akan bermunculan baik yang pendatang maupun yang sudah ada. Dalam permasalahan yang terjadi pada Biru bisnis terdapat beberapa akar masalah yang menyebabkan belum tercapainya target konsumen Biru Bisnis:

1. Dalam aspek *process*. Proses pemesanan Biru Bersih dilakukan melalui pemesanan online dari *Whatsapp* dengan menggunakan platform *website* dan *Instagram*. *Whatsapp* ini dipegang oleh 2 orang admin, dan cukup menyulitkan bagi admin untuk melakukan pendataan pemesanan secara manual yang mengakibatkan respon yang lambat kepada konsumen. Dari informasi admin Biru Bersih pemesanan dengan *Whatsapp* cukup menyulitkan dalam pendataan pesanan terlebih dengan adanya kemungkinan *human error* dalam mendata pesanan apabila sedang banyaknya order. Respon yang lama akan mengakibatkan kualitas pelayanan pemesanan Biru Bersih menjadi buruk dan kesalahan dalam pendataan akan berakibat fatal yang menyebabkan kerugian.
2. Dari aspek *Product*, untuk di Bandung sendiri terdapat beberapa perusahaan yang menawarkan jasa *cleaning service* dan sudah ada sebelum Biru Bersih ada. Hal ini memacu Biru Bersih untuk bisa bersaing dari kompetitor terdahulu maupun perusahaan sejenis yang akan muncul. Berikut merupakan daftar perusahaan jasa *cleaning service* serta perbandingan harga untuk layanan yang ditawarkan.

Tabel I. 1 Daftar Perbandingan Perusahaan *Cleaning Service* di Bandung

	Layanan yang ditawarkan	Harga
--	-------------------------	-------

Nama Perusahaan	Pembersihan rumah atau apartemen	Cuci Kasur dan sofa	Hydro Vacuum	
Rumah Bersih	V	V	V	Rp. 645.000
Grades Cleaning Service	V	V	V	Rp. 800.000
Sapu Bersih	V	V		Rp. 670.000
Bersihnya	V	V		Rp. 450.000
Klinklin	V	V	V	Rp. 635.000
Nusantara Cleaning	V	V		Rp. 580.000
Biru Bersih	V	V		Rp. 620.000

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa Biru bersih belum memiliki layanan Hydro Vacuum seperti beberapa pesaingnya. Dengan kurangnya variasi jasa yang ditawarkan memicu Biru Bersih untuk sulit bersaing dengan kompetitornya, sedangkan apabila kita melihat dengan beberapa kompetitifnya sudah bisa menawarkan bervariasi layanan dan ini dapat menjadi tantangan baru bagi Biru Bersih untuk bersaing.

3. Aspek *Price*. Dengan melihat data perbandingan harga Biru Bersih dengan kompetitifnya jelas dapat dilihat harga yang ditawarkan oleh Biru bersih juga masih lebih tinggi dari pada pesaingnya yang menawarkan harga tidak jauh dari Biru Bersih namun dengan layanan yang lebih beragam. Hal ini dapat menjadi ancaman bagi Biru Bersih untuk dapat menarik perhatian konsumennya. karena dengan persaingan harga ini juga dapat menghambat bagi konsumen untuk tertarik menggunakan jasa

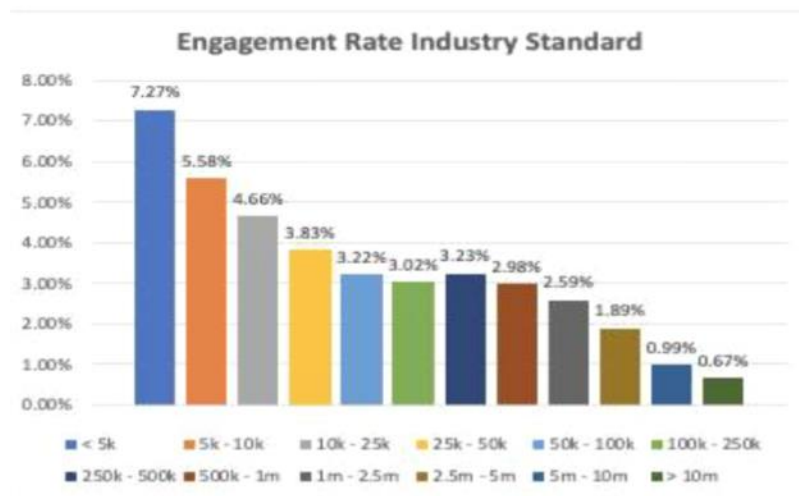
Biru Bersih sedangkan sebagai suatu perusahaan yang baru merintis penting sekali untuk bisa menjangkau market yang luas. Oleh karena itu penting bagi Biru Bersih memiliki model bisnis yang matang untuk tidak kalah dari pesaingnya.

4. Dari aspek *promotion*, penggunaan platform website dan Instagram dalam mendistribusikan bisnis Biru Bersih ternyata belum cukup untuk menjangkau target market yang luas. *Brand awareness* Biru Bersih masih rendah. Berikut merupakan analisis dari *Instagram* Biru Bersih yang diambil dari Socialblade.com yang ditunjukkan pada Gambar I.2.



Gambar I. 2 Analisis Instagram Biru Bersih

(Sumber: Socialblade.com)

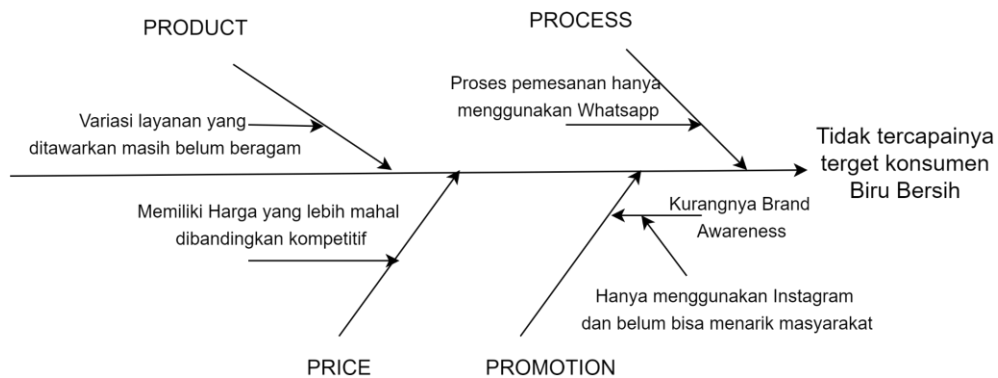


Gambar I. 3 Engagement Rate Industry Standard

(Sumber: Sociobuzz.com)

Dilihat dari *followers Instagram* yang saat ini berjumlah 400an dan dilihat dari setiap postingannya, *engagement rate* Biru Bersih hanya 0.76%, sedangkan *standard engagement rate* dari Sociobuzz, untuk akun yang memiliki *followers* kurang dari 5000 *followers*, seharusnya

memiliki *engagement rate* sebesar 1%. Oleh karena itu bisa dikatakan penggunaan Instagram Biru Bersih masih dikatakan kurang menarik bagi masyarakat dan hal ini menyebabkan kurangnya *brand awareness* Biru Bersih yang menjadi salah satu faktor tidak tercapainya target penjualan Biru Bersih. Kurangnya pemanfaatan sosial media *Instagram* ini berdampak akan kurangnya *brand awareness* Biru Bersih terhadap masyarakat. dan perlu adanya perbaikan dalam pemasaran Biru Bersih. Dari setiap permasalahan yang terjadi, digambarkan dalam diagram tulang ikan untuk memudahkan dalam menganalisis permasalahan yang terjadi. Berikut merupakan gambar diagram tulang ikan pada permasalahan Biru Bersih yang ditunjukkan pada Gambar I.4.



Gambar I. 4 Diagram tulang ikan pada permasalahan Biru Bersih

I.2 Alternatif Solusi

Dari berbagai akar permasalahan yang terjadi seperti di diagram tulang ikan pada Gambar I.4 terdapat beberapa alternatif solusi yang ditunjukkan pada Tabel I.2 sebagai berikut.

Tabel I. 2 Alternatif Solusi

No.	Akar Masalah	Potensi Solusi
1.	Proses pemesanan hanya menggunakan <i>Whatsapp</i>	Perancangan sistem informasi manajemen Biru Bersih berbentuk website untuk membantu admin

		dalam melakukan pendataan pesanan.
2.	Kurangnya Brand Awareness Biru Bersih	Perancangan strategi komunikasi pemasaran Biru Bersih
3.	Variasi layanan yang ditawarkan belum beragam dibandingkan kompetitif	Perancangan produk layanan Biru Bersih
4.	Harga yang ditawarkan masih lebih mahal dibandingkan kompetitif	Perancangan Kebijakan Penetapan Harga untuk meningkatkan penjualan Biru Bersih
5.	Variasi layanan belum kompetitif, harga lebih mahal, proses pemesanan hanya lewat <i>Whatsapp</i> , kurangnya brand awareness	Perancangan model bisnis untuk pengembangan bisnis Biru Bersih

Dari berbagai solusi yang tertera diatas, salah satu potensi solusinya dengan perancangan model bisnis dengan Bisnis Model Canvas dilihat dari setiap akar masalah yang merujuk pada model bisnis saat ini yang belum terbangun dengan matang yang mempengaruhi berbagai aspek pada akar masalah baik dari policy, product, price, dan mempengaruhi aspek lainnya. Dengan adanya model bisnis yang matang bagi Biru Bersih dapat membuka perspektif baru yang bisa dilihat dari berbagai sudut pandang dan dapat digunakan sebagai sarana berkomunikasi oleh seluruh pihak yang terkait dalam proses perancangan dan implementasi bisnis (Osterwalder dan Pigneur, 2010). Hasil dari perancangan bisnis model ini dapat langsung diimplementasikan bagi perusahaan untuk meningkatkan target

konsumennya dan memperoleh keuntungan.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diperoleh, berikut rumusan masalah yang akan dibahas:

1. Bagaimana model bisnis Biru Bersih saat ini jika digambarkan dengan menggunakan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana evaluasi model bisnis Biru bersih saat ini jika dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT?
3. Bagaimana rancangan model bisnis yang baru untuk Biru Bersih dengan menggunakan *Business Model Canvas*?

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya, berikut merupakan tujuan tugas akhir:

1. Memetakan model bisnis saat ini dari Biru Bersih dengan menggunakan *Business Model Canvas*
2. Mengevaluasi Bisnis Model Canvas pada Biru Bersih dengan analisis SWOT
3. Merancang model bisnis usulan untuk Biru Bersih dengan menggunakan *Business Model Canvas*

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian:

1. Memberikan usulan model bisnis untuk Biru Bersih. yang hasil model bisnis ini dapat membuat perusahaan unggul dari kompetitor, meningkatkan target konsumen, dan memperoleh keuntungan.
2. Memberikan referensi model bisnis bagi industri sejenis.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang membantu penelitian di masa yang akan datang.

I.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan untuk penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab pendahuluan berisi uraian mengenai latar belakang, alternatif solusi, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan dari permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian.

BAB II Landasan Teori

Bab landasan teori berisi teori yang mendukung proses perancangan model bisnis Biru Bersih dan perbandingan metode yang akan digunakan dalam penelitian.

BAB III Metodologi

Bab metodologi penelitian menguraikan model konseptual dan sistematika pemecahan masalah yang menjelaskan tahapan-tahapan rinci dalam penelitian.

BAB IV Pengumpulan, Pengolahan Data serta Perancangan Model Bisnis

Bab Pengumpulan, Pengolahan Data serta Perancangan Model Bisnis menguraikan proses perancangan model bisnis yang dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian.

BAB V Analisa dan Evaluasi Hasil Rancangan

Bab ini berisi validasi dan evaluasi terhadap hasil rancangan dari model bisnis Biru Bersih dengan menggunakan *Business Model Canvas*

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Bab kesimpulan dan saran merupakan bagian akhir dari penelitian yang menjelaskan kesimpulan dari hasil pengolahan dan analisis data dan saran untuk penelitian selanjutnya.