



# RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA “ROBOTIC CAR WASH” DI KELAPA GADING, JAKARTA UTARA

Jason Astama

[jasonastama@gmail.com](mailto:jasonastama@gmail.com)

Brastoro, S.E.,M.M

Program Studi Administrasi Bisnis Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

## ABSTRAK

Jason Astama/ 74180224/ 2022/ Rencana Pendirian Usaha Robotic Car Wash di Kelapa Gading, Jakarta Utara/ Pembimbing Brastoro, S.E.,M.M.

Penulis membuat rencana bisnis tempat pencucian mobil menggunakan teknologi robot karena penulis sempat beberapa kali mencuci mobilnya di tempat yang menggunakan teknologi robot dan melihat peluang bisnis yang cukup menjanjikan dikarenakan jumlah tempat pencucian seperti ini masih terbilang sedikit. Penulis juga melihat dari sisi jumlah pertumbuhan kendaraan beroda empat di Indonesia sangat tinggi.

Penulis memilih nama *Robotic Car Wash* adalah karena konsep dari tempat pencucian mobil ini memakai teknologi tenaga mesin atau robot. Dengan adanya teknologi tersebut maka pencucian mobil bagian luar akan dibantu oleh tenaga mesin robot sehingga proses pencucian akan lebih cepat dan efisien.

Penulis membuat analisis pesaing dengan memakai Analisis PESTLE, Lima Kekuatan Persaingan Model Porter, Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses, dan Analisis Eksternal & Internal dengan Analisis SWOT. Rencana bisnis ini dibuat untuk mengetahui prediksi persaingan dalam industri tempat pencucian mobil. Dengan segmentasi pasar, strategi pemasaran, strategi promosi dan diferensiasi yang dimiliki *Robotic Car Wash* dapat bersaing dengan para pesaing-pesaing yang ada.

Penulis juga melakukan rencana produksi dan kebutuhan operasional. Dengan begitu dapat mengetahui survei pasar sampai pembukaan bisnis pencucian mobil. Rencana alur produk juga dapat mengetahui dari pelanggan datang sampai selesai. Penulis juga membuat rencana organisasi dan sumber daya manusia sesuai dengan kebutuhan akan tenaga kerja di *Robotic Car Wash*.

Perencanaan bisnis ini dibuat untuk mengetahui kelayakan *Robotic Car Wash*. Dengan nilai investasi awal sebesar Rp. 1,802,700,000,00. Berdasarkan dari studi kelayakan, didapatkan payback period dapat dicapai dalam kurun waktu 2 Tahun 1 Bulan 22 Hari, NPV juga lebih besar dari 0, yang berarti NPV positif. Hasil PI *Robotic Car Wash* sebesar 4.194212997 lebih

© Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



besar dari 1,0, yang berarti PI positif dan usaha layak untuk dijalankan. Penjualan *Robotic Car Wash* setiap tahunnya lebih besar dari nilai BEP. Untuk itu dapat dikatakan bisnis untuk dijalani.

## ABSTRACT

Jason Astama/ 74180224/ 2022/ *Plan Robotic Car Wash, South Jakarta/ Advisor Brastoro, S.E.,M.M.*

*The author makes a business plan for a car wash place using robot technology because the author has washed his car several times in a place that uses robot technology and sees a promising business opportunity because the number of washing places like this is still relatively small. The author also sees from the side of the number of cars the growth of four-wheeled vehicles in Indonesia is very high.*

*The author chose the name Robotic Car Wash because the concept of this car wash uses machine or robot power technology. With this technology, the outer car wash will be assisted by robotic engine power so that the washing process will be faster dan more efficient.*

*The author makes a competitor analysis using PESTLE Analysis, Porter's Five Competitive Forces Model, Analysis of Key Success Factors, and External & Internal Analysis with SWOT Analysis. This business plan is made to know the prediction of competition in the car wash industry. With market segmentation, marketing strategies, promotion and differentiation strategies, Robotic Car Wash can compete with existing competitors.*

*The author also carries out production plans and operational needs. That way you can find out market surveys to the opening of a car wash business. The product flow plan can also know from customer arrival to completion. The author also makes an organizational plan and human resources according to the need for manpower at Robotic Car Wash.*

*This business plan was made to determine the feasibility of Robotic Car Wash. With an initial investment value of Rp. 1,802,700,000,00. Based on the feasibility study, it is found that the payback period can be achieved within 2 years 1 months 22 days, the NPV is also greater than 0, which means the NPV is positive. Robotic Car Wash PI Result of 4.194212997 is greater than 1.0, which means the PI is positive and the business is feasible to run. Sales of Robotic Car Wash each year are greater than the BEP Value. For that it can be said to be a business to run.*

## PENDAHULUAN

Meningkatnya penggunaan mobil di Indonesia dan adanya Penerapan Insentif Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) untuk mobil baru di Indonesia yang mampu meningkatkan penjualan pada bulan Maret 2021. Berdasarkan data Gabungan Industri



Kendaraan Bermotor Indonesia (GAKINDO) penjualan mobil meningkat 72,57% dibandingkan tahun sebelumnya. Jumlah penggunaan mobil yang semakin meningkat di Indonesia membuat bisnis otomotif semakin menarik perhatian masyarakat. Salah satu kebutuhan pemilik kendaraan beroda empat di Indonesia adalah tempat mencuci mobil / *carwash*. *Robotic carwash* merupakan teknologi yang membantu proses pencucian mobil secara efektif dan efisien. Bagian mobil yang dapat dibersihkan dengan teknologi *robotic carwash* hanya bagian luar mobil sedangkan bagian dalam mobil tetap menggunakan tenaga manusia. Proses pencucian mobil dilakukan dengan tahapan penyemprotan air, sabun dan diakhiri dengan air lagi dengan *robotic carwash*. Proses pencucian dengan *robotic carwash* hanya memakan waktu selama 5 menit, sedangkan waktu yang dibutuhkan jika menggunakan tenaga manusia membutuhkan waktu 15-20 menit. Pengguna mobil dapat menghemat waktu sebanyak kurang lebih 10 menit untuk proses pencucian bagian luar mobil. Saat proses pencucian mobil bagian luar pemilik mobil mengendarai kendaraannya sendiri hingga berada di posisi *robotic carwash* setelah proses pencucian selesai pemilik mobil diarahkan memarkirkann mobilnya untuk pembersihan bagian dalam mobil dan pemilik mobil dapat menunggu di ruang tunggu yang di telah disediakan.

## KESIMPULAN

### a. Konsep Bisnis

*Robotic Car Wash* merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang jasa yang memberikan penawaran berupa pelayanan pencucian mobil dengan menggunakan teknologi *robotic*. Pemilihan nama *Robotic Car Wash* sendiri dikarenakan sesuai dengan jasa yang diberikan kepada para pelanggan. Diharapkan dengan menggunakan nama *Robotic Car Wash* dapat mempermudah para pelanggan dalam memahami tujuan dibentuknya bisnis ini.



## b. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari *Robotic Car Wash* adalah untuk menjadi tempat pencucian mobil tercepat di Kelapa Gading.

Misi dari *Robotic carwash* adalah:

- 1) Menjaga kualitas kebersihan mobil
- 2) Memberikan pelayanan pencucian mobil dalam waktu singkat
- 3) Meningkatkan mutu pelayanan

## c. Produk

*Robotic Car Wash* memberikan pelayanan pencucian mobil dengan mengutamakan kecepatan dan kebersihan. *Robotic Car Wash* mulai beroperasi dari pagi hari pukul 08.00 – 22.00. Pencucian bagian luar dilakukan dengan teknologi robotic dan bagian dalam oleh para karyawan dengan menggunakan alat-alat yang sudah disediakan.

## d. Persaingan

Setiap usaha pasti memiliki pesaing, sama halnya *Robotic Car Wash* yang memiliki pesaing yaitu *Clean Up Car Wash* dan *Yellow Car Wash*. Kedua car wash ini sudah memiliki pelanggan tetap, namun penulis yakin dengan strategi pemasarannya dan keunggulan yang dimiliki maka *Robotic Car Wash* dapat bersaing.

## e. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar *Robotic Car Wash* adalah para pengguna mobil.

## f. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh *Robotic Car Wash* adalah pemasaran melalui media sosial seperti Instagram dan Tiktok. *Robotic Car Wash* juga



menggunakan media sosial lain untuk dapat berkomunikasi dengan masyarakat yang ingin mencari informasi terkait *Robotic Car Wash*.

**g. Tim Manajemen**

*Robotic Car Wash* merupakan usaha kecil dengan struktur yang sederhana, dimana memiliki satu manajer yang membawahi langsung seluruh karyawan yang bekerja di *Robotic Car Wash*. Tugas manajer sendiri adalah mengawasi jalannya operasional bisnis, kinerja karyawan, dan mengambil keputusan demi kelancaran bisnis.

**h. Kelayakan Keuangan**

Layak atau tidaknya suatu usaha dibangun dapat diketahui dengan indicator sebagai berikut:

**Tabel 9.1**

**Kesimpulan Kelayakan Keuangan**

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisa	Kesimpulan
Payback Period (PP)	5 Tahun	2 Tahun 1 Bulan 22 Hari	Layak
Net Present Value	NPV>0	Rp 3,031,946,976	Layak
Profitability Index (PI)	PI>1	4.194212997	Layak
Break Even Point	Penjualan > Nilai BEP	Penjualan > Nilai BEP	Layak

**9.1. Rekomendasi Visibilitas Usaha**

Dapat disimpulkan bahwa dari keseluruhan perencanaan bisnis dan analisis kelayakan keuangan serta investasi menunjukkan bahwa usaha *Robotic Car Wash* layak untuk dijalankan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

1. David, Fred R., Forest R. David (2017), *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases*, Edisi 16, Global Edition, Malaysia: Pearson Education.
- Gitman, Lawrence J., Chad J., Zutter (2015), *Principles of Managerial Finance*. Edisi.14, Global Edition, Pearson Education
- Haizer, Jay, Barry Render, Chuck Munsuin (2017), *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Edisi.12, Global Edition, Pierson Education
- Kotler Philip, Gary Armstrong (2015), *Principles of Marketing*. Edisi.15, Global Edition, Pearson Education
- Kotler Philip, Gary Armstrong (2017), *Principles of Marketing*. Edisi.17, Global Edition, Pearson Education
- Kotler, Philip, Gary Armstrong (2018), *Principles of Marketing*, Edisi 17, Global Edition, Italy: Pearson Education.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15, Global Edition, United States: Pearson Education.
- Robbins, Stepen P., Mary Coulter (2016), *Management*, Edisi 13, New York: Pearson Education Limited.

### Sumber Lainnya

- Badan Pusat Statistik (2021), Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis Kendaraan (unit) di Provinsi DKI Jakarta 2019-2021, di akses pada Mei 2022, <https://jakarta.bps.go.id/indicator/17/786/1/jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-jenis-kendaraan-unit-di-provinsi-dki-jakarta.html>
- Hariansyah, N. (2021). Segmentasi Pasar dalam Komunikasi Pemasaran Islam. *Jurnal Al-Hikmah*, 19(2), 127–138. <https://doi.org/10.35719/alhikmah.v19i2.73>
- Limited, Firmansyah, F., & Haryanto, R. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan* (A. Fauzi (ed.)). Duta Creative. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=gdf7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=kualitas+jasa+adalah&ots=etAwmsbfqD&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=gdf7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=kualitas+jasa+adalah&ots=etAwmsbfqD&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Rahmawati, A., & Aulawi, H. (2020). Dampak Penerapan Segmentation, Targeting, Positioning PT Kimia Farma Pada Pasar Nasional. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 209-222.

**PERSETUJUAN RESUME  
KARYA AKHIR MAHASISWA**

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I :

Jason Astama

NIM :

74180224

Tanggal Sidang :

23 September 2022

Judul Karya Akhir :

Rencana Bisnis Pendirian Usaha "Robotic Car Wash"  
Di Kelapa Gading Jakarta Utara

Jakarta

3 / Oktober 20 22

Mahasiswa/I

Pembimbing



(.....)

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik

Hak Cipta Dilindungi

1. Dilang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa me  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pe  
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh  
tanpa izin IBIKKG.

