



RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA

CUCI MOBIL DAN DETAILING

HAP CARWASH

Marcello

Dibimbing oleh Drs. Brastoro. MM.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Jl. Yos Sudarso Kav.87, Sunter – Jakarta Utara
Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971
71170083@student.kwikkiangie.ac.id

ABSTRAK

Marcello/77180551/ 2023/ Rencana Pendirian Usaha HAP Carwash, Depok/ Pembimbing Drs. Brastoro. MM

Penulis membuat rencana bisnis tempat cuci mobil dan salon mobil ini karena merupakan cita-cita penulis sejak dulu yaitu membuka salon tempat cuci mobil yang memiliki pelayanan yang berkualitas serta hasil mobil yang baik. Penulis juga melihat tren yang sedang berkembang dimasyarakat sekarang yaitu banyaknya bermunculan club mobil dimana minat masyarakat tentang kendaraan semakin berkembang maka dari itu membuat bisnis carwash ini akan terus hidup dan berkembang

Penulis memilih nama HAP Carwash dengan arti Hygiene and Protection yang berarti kebersihan dan proteksi dimana kendaraan para konsumen kami akan di cuci serta dirawat dengan baik. Penulis berharap dengan nama ini maka akan merepresentasikan usaha ini serta memberikan kepuasan bagi para konsumen yang menggunakan jasa layanan kami

Penulis juga membuat analisis pesaing dengan menggunakan Analisis PESTEL, Lima Kekuatan Persaingan Model Porter, Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses, dan Analisis Eksternal & Internal dengan Analisis SWOT. Perencanaan bisnis ini dibuat untuk mengetahui proyeksi persaingan dalam industri carwash, HAP Carwash percaya dengan segmentasi pasar, strategi pemasaran, strategi promosi dan diferensiasi yang dimiliki maka dapat bersaing dengan para pesaing-pesaing yang ada.

Penulis juga melakukan rencana produksi dan kebutuhan operasional. Dengan adanya deskripsi rencana produksi dapat mengetahui survei pasar sampai pembukaan carwash. Serta rencana alur produk dapat mengetahui dari pelanggan datang sampai jasa selesai didistribusikan. Penulis juga membuat rencana organisasi dan sumber daya manusia sesuai dengan kebutuhan akan tenaga kerja di HAP Carwash.

© 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 mengizinkan penulis untuk menyebarkan atau mengeluarkan uraian, pernyataan, atau kesimpulan yang berisikan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Selain itu, perencanaan bisnis ini dibuat untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, segmentasi, dan menghitung nilai kelayakan bisnis HAP Carwash. Dengan nilai Investasi awal sebesar Rp. 531.700.000.00. Berdasarkan dari studi kelayakan, didapatkan payback period dapat dicapai dalam kurun waktu 2 tahun 5 bulan 6 hari, NPV juga lebih besar dari 0, yang berarti NPV positif. Hasil PI HAP Carwash sebesar 1,69 lebih besar dari 1,0, yang berarti PI positif dan usaha layak untuk dijalankan. Penjualan HAP Carwash setiap tahunnya lebih besar dari nilai BEP. Untuk itu dapat dikatakan bisnis layak untuk dijalani. Serta dituliskan juga analisis dampak dan resiko usaha HAP Carwash

Kata Kunci : Rencana Pendirian Usaha, HAP Carwash, Carwash

PENDAHULUAN

A. Ide Bisnis

Berawal dari tren yang sedang berkembang di jaman sekarang yaitu meet up mobil maka dapat dilihat peluang usaha dalam bidang ini dimana HAP Carwash merupakan salah satu perusahaan jasa cuci kendaraan yang berfokus untuk mencuci semua jenis kendaraan di Tapos, Depok. HAP Carwash memberikan konsumen jasa cuci terbaik dengan menggunakan kualitas, fasilitas dan bahan yang sangat baik dan bagus. HAP Carwash menawarkan berbagai macam aksesoris interior mobil dan eksterior untuk kendaraan anda. Memiliki ruang tunggu yang sangat nyaman dan luas tidak hanya itu HAP Carwash memiliki luas tempat cuci yang sangat luas biasanya dimanfaatkan untuk disewa harian.

Untuk pengelolaan usaha maka diberikan standar operasional kepada para karyawan yang bekerja pada HAP carwash untuk memberikan layanan kepada konsumen dimana ketika mobil atau motor konsumen hendak di cuci maka para karyawan akan bertanya tentang layanan apa yang diinginkan oleh konsumen tersebut dan mobil tersebut akan dipindahkan ke slot cuci yang telah tersedia. Para konsumen yang menunggu kendaraannya dikerjakan akan diberikan snack serta minuman yang tersedia pada ruang tunggu yang telah disediakan dna ketika sudah selesai maka para customer tinggal membayar jasa cuci tersebut dan menaiki mobilnya.

B. Gambaran Usaha

1. Visi

Menurut Wibisono (2006, p. 43), visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. Atau dapat dikatakan bahwa visi merupakan pernyataan “want to be” dari organisasi atau perusahaan. Visi juga merupakan hal yang sangat krusial bagi perusahaan untuk menjamin kelestarian dan kesuksesan jangka panjang. Visi dari HAP Carwash itu sendiri yaitu menjadi perusahaan cuci kendaraan dan autodetailing yang unggul dan terkemuka di Jakarta





2. Misi

Pengertian Misi menurut Gaspersz (2003:14), Misi merupakan suatu pertanyaan mengenai konsep bisnis dan tujuan-tujuan yang bersifat strategis termasuk manfaat-manfaat yang diberikan kepada pelanggan dari pasar. Sedangkan menurut Arman (2008), Misi merupakan pertanyaan-pertanyaan yang mendefinisikan apa yang sedang/akan dilakukan atau ingin dicapai dalam waktu (sangat) dekat atau saat ini. Misi dari HAP Carwash adalah sebagai berikut:

- Meningkatkan kualitas cuci mobil dengan berbagai service yang ditawarkan dengan harga terjangkau.
- Menyediakan layanan cuci mobil dan detailing yang memuaskan konsumen
- Membuka tempat perawatan kendaraan di pusat-pusat belanja dan berbagai mall – mall .

3 Tujuan Pelaku Bisnis

1. Jangka Pendek 1-3 tahun :
 - a. Mendapatkan keuntungan dan pelajaran tentang dunia bisnis
 - b. Mengembangkan awareness masyarakat tentang pentingnya kebersihan kendaraan agar kendaraan yang kita miliki sehingga lebih tahan lama
2. Jangka Panjang 3-5 tahun :
 - a. Membangun brand ternama di komunitas dalam negeri serta komunitas dalam dunia permobilan
 - b. Menciptakan lapangan pekerjaan baru untuk orang banyak
 - c. Mengembangkan usaha ini hingga bisa membuka berbagai cabang di berbagai macam daerah
3. Bidang Usaha
Bisnis ini termasuk bidang usaha jasa cuci mobil

C. Besarnya Peluang Bisnis

Membuka perusahaan usaha cuci kendaraan harus mengutamakan pelayanan. Dalam setiap kegiatan pembelian baik berupa barang atau jasa, setiap konsumen selalu mengharapkan dan memperoleh barang maupun jasa sesuai dengan keinginannya. Sehingga ia merasa puas atas pengeluaran yang dilakukannya untuk mendapatkan barang



maupun jasa. Tidak jarang kita melihat orang-orang tertentu yang rela mengeluarkan biaya yang cukup besar untuk memperoleh kepuasan dalam mengkonsumsi produk yang sangat baik. Pelayanan adalah merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Dengan adanya service quality ini dapat dipantau, apakah kualitas layanan yang diberikan telah sesuai dengan yang diharapkan konsumen, selain itu dalam usaha menghadapi persaingan, perusahaan harus memiliki strategi yang lebih baik dibanding pesaing yang ada. Untuk perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa salah satu alat untuk mendukung strategi bersaing agar lebih baik adalah dengan memiliki kualitas layanan yang baik.

D Kebutuhan Dana

Awal pembukaan pemilik menyediakan modal sebanyak 300.000.000 dan melakukan pembelian peralatan antara lain

Tabel 1.1 Rencana Kebutuhan Modal Awal HAP Carwash

Jenis Barang	Harga	Quality
Tempat Usaha	250.000.000	
Kantor	50.000.000	
Hidrolik mobil	100.000.000	4 pc
Compressor udara	6.000.000	2 pc
Air receiver tank 2000 liter	60.000.000	4 pc
Mesin pressure air	20.000.000	4 pc
Tabung salju	6.000.000	4 pc
Vaccum cleaner	2.000.000	4 pc
Shampoo salju biang	600.000	4 pc
Air freshner	2.500.000	50 pc
Nitrogen generator	10.000.000	2 pc
Stabilizer voltage	400.000	2 pc
Sparepart dan dan asesories	20.000.000	
Fogging dan liquid	4.000.000	4 pc
Semir ban	200.000	10 pc
Cash		
Total	231.700.000	

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambaran Pasar

Menurut Kotler dan Keller (2016:109) gambaran pasar adalah “*The expected level of company sales based on a chosen marketing plan and an assumed marketing environment*”. Yang artinya “Tingkat yang diharapkan dari penjualan perusahaan berdasarkan rencana pemasaran yang dipilih dan lingkungan pemasaran yang diasumsikan”. Rencana penilaian dan penjualan akan diasumsikan untuk satu bulan pertama sebagai dasar untuk perhitungan perencanaan 5 tahun ke depan. Ramalan penjualan sangat berguna bagi HAP Carwash untuk mengetahui berapa jumlah total penjualan didapat dari bisnis yang digeluti sehingga pemilik dapat mengetahui langkah-langkah yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan.

Berikut adalah rencana peramalan dan penjualan HAP Carwash

Tabel 4. 1

Ramalan Penjualan HAP Carwash tahun 2024

Bulan	Tahun
	2024
Januari	1100
Febuari	1200
Maret	1300
April	1400
Mei	1500
Juni	1600
Juli	1700
Agustus	1800
September	1900
Oktober	2000
November	2100
Desember	2200
Total	19800

Sumber: HAP Carwash

1. Dilarang mengutip atau menyalin 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 mengumumakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 4.2

Ramalan Penjualan HAP Carwash selama 5 tahun

Tahun	Jumlah
2024	19800
2025	21780
2026	23958
2027	25635
2028	28199

Sumber : HAP Carwash

Tabel 4.3

Anggaran Penjualan HAP Carwash selama 5 Tahun

Tahun	Jumlah	Harga	Total
2024	19800	50.000	Rp990.000.000
2025	21780	50.000	Rp1.089.000.000
2026	23958	50.000	Rp1.197.900.000
2027	25635	50.000	Rp1.281.750.000
2028	28199	50.000	Rp1.409.950.000

Sumber : HAP Carwash

HAP Carwash menunjukkan ramalan penjualan dalam lima tahun mendatang pada Tabel 4.1, 4.2, dan 4.3 diatas. Penjualan unit pada bulan Januari tahun 2024 didapat dari perhitungan konsumen yang melakukan cuci mobil per bulannya.

Berdasarkan tabel ramalan penjualan dalam unit diasumsikan naik sebesar 10% per tahunnya. Dikarenakan kami selalu melakukan inovasi berdasarkan tren yang berkembang di masyarakat. Total penjualan yang ditetapkan diambil dari rata-rata dari penjualan yang dihasilkan dari jasa cuci mobil tersebut. Penjualan jasa diasumsikan terjadi setiap hari dengan jam operasional 07.00 – 24.00 dengan 2 shift yaitu 10 di pagi hingga siang dan 10 lagi di sore hingga malam



C. Segmentasi Pasar

Menurut Kotler dan Armstrong (2018: 213) segmentasi pasar adalah kegiatan membagi pasar menjadi segmen-segmen yang lebih kecil dengan kebutuhan yang berbeda, karakteristik, atau perilaku tertentu yang mungkin membutuhkan strategi atau bauran pemasaran yang terpisah. Segmen pasar merupakan sebuah kelompok konsumen yang ketika diberi cara pemasaran yang sama, respon yang muncul akan mirip. Melalui segmentasi pasar, perusahaan membagi pasar heterogen yang besar menjadi segmen yang lebih kecil agar bisa dijangkau secara lebih efisien dan efektif dengan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing yang unik. Beberapa pembagian segmen pasar konsumen menurut Kotler dan Armstrong (2018: 213):

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis dibagi menjadi beberapa bagian geografi seperti wilayah negara, provinsi, desa, dan kota. Daerah geografi yang dianggap potensial dan menguntungkan bisa dijadikan sebagai target operasi HAP Carwash. Pemilihan lokasi usaha sangatlah penting karena hal itu menunjang keberhasilan suatu usaha. Lokasi haruslah strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. HAP Carwash berlokasi di Jalan raya Tapos nomor 40 kelurahan Tapos kecamatan Tapos kota Depok 16457 RT/RW 003/005. Di mana lokasi tersebut dekat dengan jalan raya utama dan akses untuk mencapai kesana cukup mudah untuk dijangkau sehingga dapat menjadi target utama dari usaha ini.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi ini mengelompokkan pasar menjadi beberapa variabel seperti usia, pendidikan, jenis kelamin, dan pendapatan. Pasar utama yang dituju oleh HAP Carwash yaitu konsumen dengan usia 15 - 60 tahun baik pria maupun wanita, yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa, karyawan, wirausaha, club mobil. Untuk kelompok pendapatan, HAP Carwash akan berfokus pada kelompok masyarakat kelas menengah atas (*middle high*) dengan pendapatan minimal Rp 2.500.000.



3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis adalah pembagian pasar ke dalam masing-masing kelompok yang berbeda berdasarkan kelas sosial, karakteristik kepribadian, atau gaya hidup.

Variabel pada segmentasi ini biasanya dikombinasikan dengan variabel demografis yang ada, hal ini dikarenakan seringkali terjadi kepada orang-orang yang berada pada satu kelompok demografis yang ada memiliki ciri atau karakteristik psikografis yang berbeda. Kelas sosial masyarakat Jakarta terdiri dari kelas bawah, kelas menengah kebawah, kelas menengah ke atas, dan atas.

Saat ini masyarakat anak muda terutama anak dari berbagai club mobil senang akan kebersihan kendaraannya, gaya hidup sosialita yang sering menghabiskan waktu di luar dan hangout bersama teman – temannya. Maka dari hal tersebut dapat meningkatkan peluang untuk Hap Carwash untuk semakin berkembang. Selain memuaskan konsumen, dibuatnya HAP Carwash ini juga diharapkan dapat menjalin kebersamaan dengan berbagai macam club mobil dan meningkatkan solidaritas dalam masyarakat luas

4. Segmentasi Perilaku

Segmentasi berdasarkan perilaku adalah upaya pembagian pasar ke dalam suatu segmen atau kelompok – kelompok berbeda yang berdasarkan sikap, pengetahuan, penggunaan, manfaat yang dicari, tingkat penggunaan, atau respon mereka terhadap sebuah produk. Pada segmentasi ini Hap Carwash berfokus pada kebersihan serta kualitas dari hasil cuci mobil dimana tidak boleh ada baret ketika mobil habis dicuci dengan harga yang terjangkau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Istilah 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IBIKKG (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.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sumber Lainnya

Lestari, Reni (2021), Kemenperin Patok Pertumbuhan Industri Mamin 5 Persen, Bisnis.com, diakses pada Desember 2021, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210906/257/1438655/2021-kemenperin-patok-pertumbuhan-industri-mamin-5-persen>.

Badan Kebijakan Fiskal (2021), Pemerintah dan DPR Sepakati Asumsi Dasar Ekonomi Makro dan Target Pembangunan, diakses pada Januari 2022, <https://fiskal.kemenkeu.go.id/baca/2021/06/09/215641112515761-pemerintah-dan-dpr-sepakati-asumsi-dasar-ekonomi-makro-dan-target-pembangunan>

Sofyan (2022), Biaya Admin Tabungan BCA 2022 : Semua Jenis Rekening & ATM, diakses pada Januari 2022, <https://www.biayatarif.com/biaya-admin-tabungan-bca/>

Jayani, Dwi Hadya (2022), Harga Pangan dan Energi Naik, Bank Dunia Proyeksi Inflasi Indonesia Semakin Meroket, diakses pada Januari 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/06/harga-pangan-dan-energi-naik-bank-dunia-proyeksi-inflasi-indonesia-semakin-meroket>

Badan Pusat Statistik (2021), Suku Bunga Kredit Rupiah Menurut Kelompok Bank 2021, diakses pada Januari 2022, <https://www.bps.go.id/indicator/13/383/1/suku-bunga-kredit-rupiah-menurut-kelompok-bank.html>

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*, Lembaran Negara RI Tahun 2008, No. 93. Menteri Hukum dan HAM. Jakarta.

Hati Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : MARCELLD

NIM : 77180551

Tanggal Sidang : 19-4-2023

Judul Karya Akhir :

Rencana Bisnis Pendirian Usaha Cuci mobil dan
Detailing HAP carwash

Jakarta, 4 / 5 / 20 23

Mahasiswa/I

Marcello
(...MARCELLD.....)

Pembimbing

B. Prestoro
(...B. Prestoro.....)