

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Clean n Fresh merupakan UMKM yang fokus bergerak di bidang jasa cuci helm. Bisnis ini didirikan pada tahun 2009 dan menjadi usaha cuci helm pertama di Kota Cimahi. Lokasi usaha ini terletak di Jl. Sangkuriang No. 60 B, Kelurahan Cipageran, Kecamatan Cimahi Utara, Kota Cimahi, Provinsi Jawa Barat.

Produk yang ditawarkan oleh UMKM Clean n Fresh ini yaitu jasa cuci helm agar helm pengendara motor menjadi bersih, wangi, dan bebas bakteri. Target utama dari jasa ini yaitu pria dan wanita yang kendaraan utamanya adalah sepeda motor. Bisnis ini hanya menyediakan satu layanan saja yaitu jasa cuci helm. Berikut logo Clean n Fresh Cuci Helm pada gambar 1.1 di bawah ini.



Gambar 1.1 Logo Clean n Fresh Cuci Helm

*Sumber :* (Clean n Fresh Cuci Helm, 2023)

Saat ini, Clean n Fresh Cuci Helm masih dalam tahap pengembangan layanan jasa. Tujuannya adalah untuk memenuhi keinginan konsumen dan memperluas pasar penjualan. Pemilik usaha masih merasakan adanya kekurangan jika hanya dengan menjual jasa cuci helm. Pemilik usaha menginginkan adanya inovasi layanan jasa

untuk meningkatkan penjualan, memperluas target pasar, dan menarik minat pelanggan.

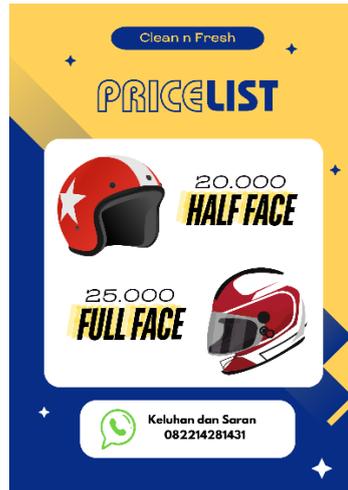
Pemilik usaha ini lebih memilih WhatsApp dan Google sebagai media konsultasi dan interaksi dengan pelanggan. Usaha ini belum memiliki sosial media seperti Instagram sebagai media pemasarannya karena kurangnya SDM untuk mengelola akun sosial media. Berikut *Offline* Store atau toko fisik dari *Clean n Fresh* Cuci Helm dapat dilihat pada Gambar 1.2



Gambar 1.2 Toko Fisik Clean n Fresh Cuci Helm

Sumber : (Google Maps Clean n Fresh Cuci Helm, 2019)

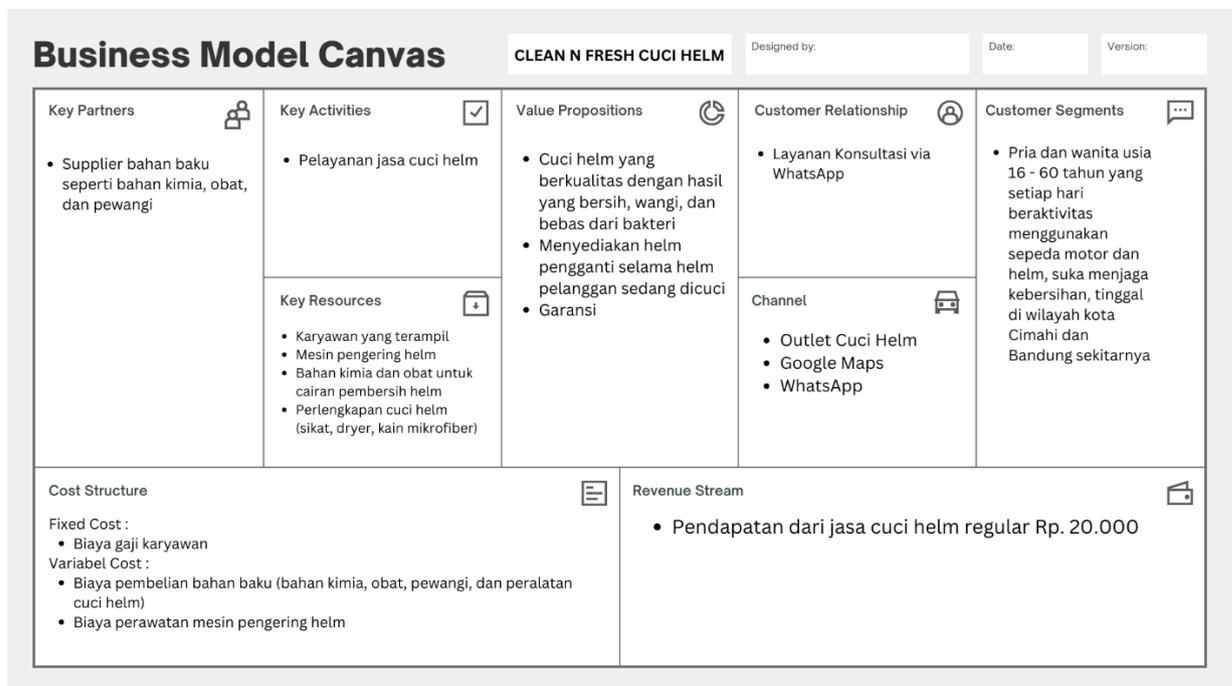
Selama bisnis ini berdiri sejak tahun 2009, usaha ini selalu ramai oleh pelanggan. Pelanggan yang datang bukan hanya dari Kota Cimahi saja melainkan banyak pelanggan yang datang dari Kota Bandung dan sekitarnya. Setiap musim hujan, usaha ini selalu ramai dikunjungi oleh pelanggan. Setiap hari nya bisnis ini mendapatkan 10 – 15 helm pelanggan yang akan dicuci. Total profit bersih yang di dapatkan setiap bulannya adalah sekitar Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000. Berikut merupakan daftar harga terbaru dari Clean n Fresh Cuci Helm dapat dilihat pada Gambar 1.3.



Gambar 1.3 Daftar Harga Clean n Fresh Cuci Helm

Sumber : (Olahan Penulis, 2023)

*Business Model Canvas* atau BMC *Clean n Fresh* Cuci Helm dapat dilihat pada gambar 1.4 di bawah ini :



Gambar 1.4 *Business Model Canvas* *Clean n Fresh* Cuci Helm

Sumber : (Olahan penulis, 2023)

Saat ini Clean n Fresh Cuci Helm memiliki target pasar pria dan wanita, dengan rentan usia 16 - 55 tahun. Harga yang ditawarkan oleh Clean n Fresh termasuk ke dalam kelas ekonomi menengah kebawah karena sangat terjangkau. Nilai yang

ditawarkan oleh usaha ini yaitu layanan jasa cuci helm yang berkualitas dengan hasil yang bersih, wangi, dan bebas bakteri. Clean n Fresh juga menyediakan helm pengganti selama helm pelanggan sedang dicuci. Pelanggan juga dapat konsultasi langsung dengan pemilik melalui WhatsApp dan mendapatkan garansi apabila helm mengalami kerusakan yang disebabkan oleh kelalaian karyawan Clean n Fresh. Konsumen juga dapat dengan mudah menemukan alamat Clean n Fresh di Google Maps dan dapat langsung menghubungi nomor yang tertera disana. Demi kelancaran bisnis nya, pemilik usaha bekerja sama dengan supplier bahan baku seperti bahan kimia, obat, dan pewangi serta bekerja sama dengan service center mesin helm pengering.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

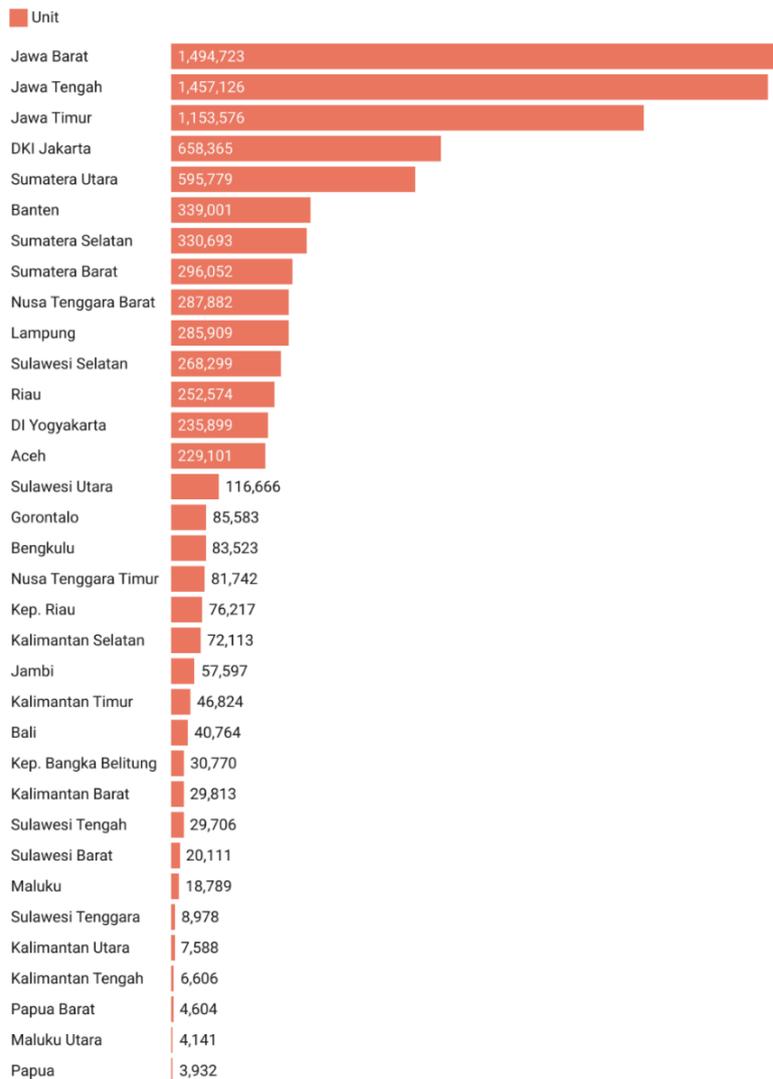
Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam pembangunan perekonomian suatu negara. Selain penting dalam perekonomian, UMKM juga penting secara sosial (Singh et al., 2018). Hal tersebut menyebabkan UMKM seringkali menjadi bahan kajian dan topik analisa suatu penelitian (Woźniak et al., 2019). UMKM tentunya menjadi salah satu pilar yang penting bagi pertumbuhan dan perkembangan perekonomian Indonesia.

UMKM sangat berkembang pesat di Indonesia, saat ini tercatat bahwa UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta unit. Kontribusi UMKM terhadap PDB yaitu sebesar 61,07 persen dan terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 97% dari total tenaga kerja yang ada secara keseluruhan (M. Junaidi, 2022). Produk Domestik Bruto (PDB) sendiri merupakan jumlah penambahan nilai atas barang dan jasa yang dihasilkan oleh keseluruhan unit usaha di suatu negara dengan periode tertentu, biasanya satu tahun (Cempakasari & Cuntadi, 2022).

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UMKM) mengatakan bahwa sepanjang tahun 2022 UMKM di Indonesia tumbuh dengan baik dan telah bertambah sebanyak 8,71 unit usaha. Jika dilihat berdasarkan provinsi, Jawa Barat berada di posisi urutan pertama dalam kategori UMKM terbanyak di Indonesia dengan jumlah sebesar 1,49 juta unit (CNBC Indonesia, 2019). Berikut merupakan data lengkap jumlah UMKM berdasarkan provinsi dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

## Jumlah UMKM di Indonesia Sepanjang 2022

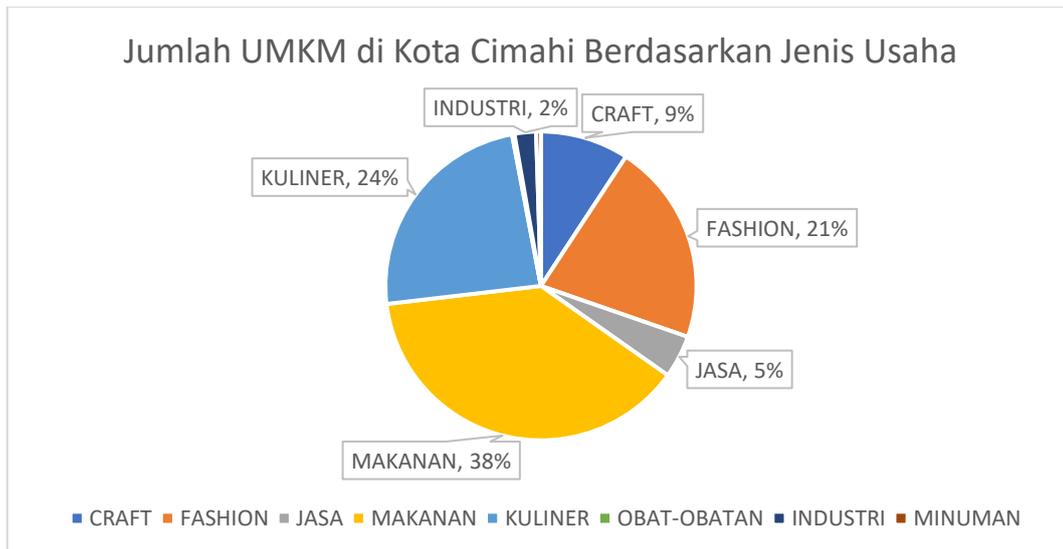
\*Berdasarkan Provinsi



Gambar 1.5 Jumlah UMKM di Indonesia Sepanjang 2022 Berdasarkan Provinsi

*Sumber* : (Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah, 2023)

Kota Cimahi yang merupakan bagian dari Provinsi Jawa Barat dan menjadi lokasi usaha Clean n Fresh ini berjalan, memiliki banyak UMKM yang secara tidak langsung ikut mendukung perekonomian di Kota Cimahi. Jumlah UMKM di Kota Cimahi sendiri sebanyak 7.095 unit usaha dari berbagai bidang (Tumija, 2022). Berikut Gambar 1.6 merupakan grafik jumlah UMKM di Kota Cimahi berdasarkan jenis usahanya.



Gambar 1.6 Grafik Jumlah UMKM di Kota Cimahi Berdasarkan Jenis Usaha

Sumber : (Olahan Penulis, 2023)

Di Kota Cimahi, usaha UMKM terbanyak berada di bidang makanan dengan angka sebesar 63% atau 154 unit. UMKM dengan jumlah sedikit yaitu bidang industri dengan angka 2% yaitu 9 unit. Jumlah tersebut merupakan total keseluruhan UMKM dari semua bidang pada tahun 2019 – 2021. Jumlah tersebut merupakan UMKM yang terdaftar saja, sehingga total UMKM di Kota Cimahi bisa saja melebihi dari data tersebut. Masih banyak pelaku usaha yang belum mendaftarkan usahanya ke SIPADU UMKM (Sistem Data Terpadu) yang berguna untuk mengimpun data para pelaku UMKM yang dikelola oleh Pemerintah Kota Cimahi. Data tersebut penulis dapatkan dari situs website Open Data Jabar yang kemudian diolah menjadi bentuk grafik.

Dari total UMKM yang ada di Indonesia, tidak semuanya berhasil merintis dan membangun usaha mereka. Hal tersebut ditunjukkan oleh data dari Kemenkopum pada periode 2017 – 2018 bahwa perkembangan UMKM di Indonesia turun sebesar 2,02%. UMKM di Indonesia banyak yang tidak berkembang dan hanya bertahan 1-2 tahun saja diakibatkan oleh minimnya inovasi produk (Heryanto, 2023). Sedangkan menurut Salim (2023), penyebab UMKM di Tanah Air sulit berkembang yaitu karena tidak memahami kapasitas daya saing produk maupun daya saing bisnis.

UMKM di Indonesia sulit berkembang dikarenakan tidak mampu bersaing dengan kompetitornya baik secara luring maupun daring. Maka dari itu, perlu suatu upaya untuk mendorong para pelaku UMKM agar tetap fokus menjalankan dan

mengembangkan usahanya yang ditekuni. Tujuannya adalah agar mampu bersaing secara sehat dan mampu mempertahankan usahanya dalam jangka waktu yang panjang.

Persaingan komersial antara usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) semakin ketat karena mereka merupakan salah satu sektor bisnis yang secara signifikan meningkatkan pertumbuhan ekonomi internal Indonesia (Wahyuningtyas et al., 2018). Indonesia saat ini memiliki UMKM dari berbagai sektor, salah satunya sektor di bidang jasa. UMKM di bidang jasa seringkali dimiliki dan dijalankan oleh individu atau kelompok kecil yang memiliki keterampilan khusus di bidang tertentu. UMKM di bidang jasa juga mampu memberikan kontribusi yang besar bagi terciptanya lapangan pekerjaan dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

UMKM pada sektor jasa mencakup berbagai jenis usaha seperti jasa konsultasi, jasa pengiriman, jasa perawatan kesehatan, jasa pariwisata, jasa kebersihan, dan sebagainya. Namun, tidak banyak orang yang mengetahui tentang usaha di bidang jasa kebersihan seperti cuci helm. Nyatanya, sepeda motor menjadi kendaraan terpopuler di Indonesia (Ferdian & Sari, 2023). Sekitar 85% rumah tangga di Indonesia memiliki setidaknya sebuah sepeda motor. Menurut survei AISI, jumlah motor di tanah air mencapai 80 juta. Para pengguna sepeda motor tentunya menggunakan helm demi kenyamanan dan keselamatan mereka. Banyaknya pengguna sepeda motor justru memunculkan peluang bisnis yang menjanjikan, salah satunya yaitu usaha jasa cuci helm. Banyak pengendara motor yang tidak memperhatikan kebersihan helm nya, dan mereka tidak memiliki waktu luang untuk membersihkan helm mereka sendiri (Kompas, 2023).

Sebagai pelaku usaha di bidang jasa, tentunya akan menghadapi persaingan yang ketat. Hal tersebut memungkinkan konsumen untuk membandingkan produk, harga, dan kualitas dari berbagai penjual. Oleh karena itu, UMKM di semua sektor perlu memperhatikan kualitas produk dan layanan yang mereka tawarkan serta melakukan inovasi produk agar tidak kalah saing dengan kompetitornya.

Inovasi produk memungkinkan para pelaku usaha untuk membedakan diri mereka dari pesaing dan mampu menciptakan keunikan yang menjadi nilai tambah bagi pelanggan. Selain itu, inovasi produk juga bertujuan agar konsumen tidak merasa bosan dengan produk atau layanan yang sudah ada (Ernawati, 2019). Inovasi produk dapat dilakukan dengan melihat permasalahan yang ada pada masyarakat dan dapat dimanfaatkan sebagai peluang bisnis. Inovasi model bisnis juga memungkinkan suatu

perusahaan untuk memikirkan mekanisme sebuah nilai yang diciptakan yang bertujuan untuk beradaptasi dengan dengan lingkungan dan pasar yang selalu berubah-ubah demi meningkatkan keunggulan kompetitif (Grieco, 2021). Untuk merealisasikan sebuah ide bisnis, pelaku usaha perlu memastikan apakah produknya memang dibutuhkan oleh konsumen dan mampu memasuki pasar.

Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha yaitu dengan memvalidasi ide bisnis yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat (Gina & Pratiwi, 2023). Dengan adanya inovasi produk, bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, namun bagaimana suatu bisnis mampu menangkap nilai dari penyediaan produk dan layanan baru. Tujuannya adalah untuk meminimalisir kegagalan pebisnis dalam memberikan atau menangkap nilai dari inovasi yang mereka kembangkan (Teece, 2010). Dengan menciptakan produk atau layanan yang unik dan berkualitas, hal tersebut akan memberikan pengalaman yang baik bagi pelanggan. Para pelaku usaha tentunya akan mampu mempertahankan keberlanjutan usaha mereka.

Para pelaku UMKM dapat mengelola, mengevaluasi, merancang, dan memahami bisnisnya, maka dari itu diperlukan sebuah model bisnis dalam membantu mengambil keputusan (Fadilah & Yuliana, 2019). Validasi model bisnis dilakukan untuk memproses dan menguji dari bisnis yang akan dijalankan dan yang sudah dijalankan. Tujuannya adalah untuk meneliti apakah model bisnis yang dijalankan sudah sesuai dengan keinginan konsumen. Validasi dari inovasi bisnis yang baru perlu direncanakan. Tujuannya adalah untuk mengurangi resiko kegagalan terhadap inovasi produk dan layanan yang ingin dikembangkan.

Terdapat berbagai cara untuk memvalidasi sebuah model bisnis, salah satunya dengan cara memvalidasi model bisnis yang disebut dengan *testing business idea* yang ditulis oleh (Osterwalder & Bland, 2020). Validasi model bisnis dengan alat *testing business idea* dapat membantu para pelaku usaha mengurangi resiko yang tidak pasti dalam menyesuaikan keinginan pasar.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Saat ini, di Kota Cimahi sudah banyak ditemukan UMKM jasa cuci helm yang serupa. Penyebab menurunnya penjualan dari usaha ini ialah karena kalah bersaing dengan kompetitor dan kurangnya inovasi yang menarik bagi konsumen. Sesuai dengan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif dan

kinerja UMKM dipengaruhi secara signifikan oleh inovasi model bisnis (Pasaribu et al., 2023). Dengan ketatnya persaingan ini, inovasi produk diperlukan oleh pelaku bisnis untuk mempertahankan keberlanjutan usaha mereka. Salah satunya yaitu dengan cara memperhatikan masalah – masalah yang ada dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan apakah layanan yang ditawarkan dapat memasuki pasar dan berhasil menarget konsumen yang dituju.

Dalam penelitian ini, peneliti akan memvalidasi model bisnis yang akan dikembangkan oleh Clean n Fresh Cuci Helm. Tujuannya adalah untuk mempertahankan usahanya di era gempuran persaingan yang ketat ini. Penelitian dalam tugas akhir ini diharapkan dapat membantu Clean n Fresh Cuci Helm mencapai tujuan yang diharapkan.

Berdasarkan penjelasan permasalahan sebelumnya, peneliti merumuskan masalah tersebut dengan beberapa pertanyaan, sebagai berikut :

1. Bagaimana bisnis model baru yang dikembangkan oleh Clean n Fresh Cuci Helm?
2. Apa saja asumsi – asumsi yang baru muncul pada bisnis model Clean n Fresh Cuci Helm?
3. Bagaimana peta dari asumsi – asumsi yang baru muncul pada bisnis model Clean n Fresh Cuci Helm?
4. Bagaimana hasil validasi dari asumsi – asumsi paling beresiko yang baru muncul pada model bisnis Clean n Fresh Cuci Helm?
5. Bagaimana tindak lanjut dari hasil validasi dari asumsi – asumsi paling beresiko yang baru muncul?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Merujuk pada latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui model bisnis baru yang dikembangkan oleh Clean n Fresh Cuci Helm
2. Untuk mengetahui asumsi – asumsi apa saja yang baru muncul pada bisnis model Clean n Fresh Cuci Helm
3. Mengetahui peta dari asumsi – asumsi yang baru muncul pada bisnis model Clean n Fresh Cuci Helm

4. Untuk mengetahui hasil validasi dari asumsi – asumsi paling beresiko yang baru muncul pada bisnis model Clean n Fresh Cuci Helm
5. Untuk mengetahui tindak lanjut yang akan dilakukan dari hasil validasi berdasarkan asumsi - asumsi paling beresiko yang baru muncul pada bisnis model Clean n Fresh Cuci Helm

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan manfaat secara langsung maupun tidak langsung kepada pihak – pihak yang berkepentingan. Hal tersebut dapat dilihat dari dua aspek berikut ini :

a. Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan menjadi sumber informasi bagi variabel yang masih belum banyak dibahas yaitu validasi model bisnis. Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan panduan untuk melakukan metode validasi model bisnis dalam studi kasus khususnya bagi para pelaku usaha UMKM dan dapat dijadikan bahan mengajar di bidang StartUp and Small Business Development (SSBD) dan mata kuliah validasi model bisnis.

b. Penelitian Selanjutnya

Contoh eksperimen yang terdapat di dalam penelitian ini digunakan untuk menguji asumsi dan dapat dijadikan panduan metode validasi model bisnis untuk penelitian yang serupa. Temuan yang didapatkan diharapkan mampu dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dan dapat memperluas wawasan pengeathuan yang berkaitan dengan bidang tersebut.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

a. UMKM Clean n Fresh Cuci Helm

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan pengetahuan untuk dimanfaatkan oleh pelaku usaha Clean n Fresh Cuci Helm dan UMKM dengan bidang yang serupa untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam mengembangkan bisnisnya. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengetahui apakah validasi model bisnis dapat dijadikan sebagai alat untuk mengembangkan usaha yang efektif dan efisien.

b. Pelaku Usaha UMKM

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan dan menjadi bahan pertimbangan para pelaku usaha UMKM dalam mengembangkan maupun mempertahankna bisnisnya dan dapat bersaing dengan kompetitornya.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Dalam penulisan tugas akhir ini penulis mencantumkan sistematika penulisan beserta penjelasan yang dapat memberikan gambaran langsung mengenai isi setiap bab yang ada dalam penelitian ini, secara singkat dapat diuraikan sebagai berikut :

**a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi : Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

**b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai dengan penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

**c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang : Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reabilitas, serta Teknik Analisis Data.

**d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul

tersendiri. Bab ini berisi dua bagian : bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan.

**e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.