

Analisis Kelayakan Bisnis “Online Clean” Sebagai Solusi Pelayanan Cuci Mobil melalui Aplikasi

Herdyawan Natahadi¹, Theopillus Gilbert Hasian Andriyan Mandalika², Haga Nalendra Dewantoro³,
Bohirjon Sodiqov⁴, Zalfa Khayliz Leviratna Arif^{5*}, Tomy Rizky Izzalqurny⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Negeri Malang

*zalfakhayliz@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bahwa *Online Clean* merupakan sebuah aplikasi yang digunakan sebagai perantara untuk mempertemukan berbagai pelayanan service dan cuci mobil dengan calon customer. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif digunakan pada analisis produk, analisis bisnis, dan aspek keuangan. Penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan diantaranya tahap pra-produksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa rencana bisnis *Online Clean* layak untuk direalisasikan dengan berbagai kelebihan dan inovasi produk.

Kata Kunci: *startup, service, business, application*

Abstract

This study aims to find out that Online Clean is an application that is used as an intermediary to bring together various service and car wash services with prospective customers. The research method used is a qualitative research method. Qualitative methods are used in product analysis, business analysis, and financial aspects. Financial aspects will be considered through the estimated cost of product preparation and profit and loss projections for the next 3 years. The research was conducted through several stages including the pre-production stage, the production stage, and the post-production stage. The results of the study indicate that the online business plan is feasible to be realized.

Keywords: *startup, service, business, application*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara dengan prospek industri otomotif yang cukup bagus secara global dibuktikan dengan berita yang dikutip dari website resmi Kemenperin, Indonesia dinobatkan sebagai negara Rising 15 yaitu negara dengan potensi penjualan kendaraan yang baik. Tentunya dengan adanya fakta tersebut membuat banyak para wirausahawan memanfaatkan animo masyarakat di dunia otomotif ini dengan membuat usaha di bidang otomotif. Belum lagi pada era sekarang yaitu era industri 4.0 yang merupakan era baru dari keseluruhan sistem informasi & komunikasi (ICT) tidak terkecuali bisnis semua sudah menerapkan yang namanya Internet of Things (IoT) (Wang et al., 2016).

Selain itu, keberadaan kompetisi bisnis juga dapat dipengaruhi oleh perkembangan IoT dan mendorong suatu bisnis untuk beradaptasi (Dregger et al., 2016; Wang et al., 2016). Sistem IoT telah banyak digunakan oleh berbagai bidang industri otomotif, namun hal ini belum merata karena kondisi geografis Indonesia yang luas (Fajrina, 2015) serta banyak dari UMKM yang merasa bahwa bisnisnya sudah cukup berjalan hanya dengan metode konvensional. Hal inilah yang membuat beberapa usaha dalam bidang otomotif kurang dilirik atau diperhatikan oleh masyarakat. Padahal dengan memasarkan usahanya menggunakan internet sangat berpengaruh dan berpotensi meningkatkan penjualan dan penghasilan suatu usaha (Dewi, 2018).

Permasalahan berikutnya adalah perawatan dan kebersihan kendaraan pribadi. Kini, masih banyak orang yang meremehkan dan menyepelekan hal ini. Hal inilah yang mendorong penulis untuk

membuat proposal usaha bisnis cuci mobil online bernama *Online Clean*. Dengan adanya *Online Clean*, diharapkan masyarakat menjadi lebih peduli dan merawat kendaraan pribadi milik mereka. Dengan mempermudah akses untuk mendapatkan perawatan kendaraan dapat membuat kendaraan masyarakat lebih awet dan masa penggunaan dapat lebih lama.

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya mengenai analisis kelayakan bisnis seperti analisis melalui aspek keuangan yang dihitung melalui NPV, AE, PBP, BCR, dan IRR pada bisnis kuliner sushi dan didapatkan hasil bahwa bisnis ini layak didirikan (Dermawan & Satriardi, 2017). Selain itu, analisis aspek kelayakan bisnis dengan pertimbangan Aspek Hukum, Aspek Pasar, Aspek Teknik, Aspek SDM dan Aspek Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) yang mendapatkan hasil bahwa bisnis Restoran Chicken Crush Tuasan Medan memang layak beroperasi dan memiliki prospek yang bagus (Siahaan & Hasibuan, 2021). Berbeda dengan penelitian tersebut, studi ini akan menjawab pertanyaan mengenai bagaimana kelayakan bisnis "*Online Clean*", alur produksi "*Online Clean*" sebagai solusi dalam melakukan service dan cuci mobil secara mudah yang dapat dilakukan pemesanan melalui *online*.

KAJIAN PUSTAKA

Gambaran Umum "*Online Clean*"

Produk aplikasi berbasis pencucian *online* bernama *Online Clean* merupakan produk bisnis yang berbasis aplikasi *online* yang diluncurkan untuk menghubungkan antara kebutuhan kendaraan masyarakat dengan bisnis cuci dan perawatan kendaraan berupa mobil dan motor. Penggunaan aplikasi ini pun sangat simpel dan mudah. Aplikasi akan menunjukkan tempat usaha atau cuci mobil dan motor terdekat yang bermitra dengan aplikasi kami. Kemudian masyarakat atau konsumen yang ingin mencuci mobil mereka dapat memilih di tempat mana yang akan dipilih untuk booking antrian *online*. Selanjutnya, tempat cuci kendaraan yang bermitra dengan kami akan melakukan follow up kepada konsumen atau pesanan yang masuk ke toko mereka. Setelah itu, tanggung jawab pesanan konsumen adalah pada setiap mitra aplikasi *Online Clean* dalam melakukan pelayanannya terhadap konsumen. Tentunya kita sebagai penghubung konsumen dan toko, memiliki perjanjian bahwa toko akan memberikan pelayanannya yang terbaik dan tetap memiliki standar kerja yang sama meskipun pesanan yang masuk melalui *online* atau melalui antrian *online*.

Konsumen juga dapat meminta untuk melakukan pencucian di rumah mereka, tentu saja dengan ada sedikit biaya tambahan untuk pekerja yang dikirim oleh toko yang telah dipilih customer untuk melakukan pelayanan di rumah mereka. Untuk pelayanan di rumah, maka pekerja akan membawa alat yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan mereka.

Proses ini juga berlaku hampir sama dengan perawatan mobil yang kami tawarkan dalam aplikasi bisnis *Online Clean*. Konsumen dapat meminta pengerjaan dapat dilakukan di toko yang telah dipilih atau di rumah mereka. Karena pengerjaan perawatan biasanya memakan waktu yang lebih lama dari pencucian, maka kami juga menawarkan apabila konsumen ingin pekerjaan dilakukan di dalam rumah mereka, untuk mengurangi risiko apabila terjadi hal yang tidak diinginkan dalam perjalanannya menuju bengkel tempat perawatan mobil yang dipilih.

Kondisi Umum Lingkungan Bisnis

Bisnis cuci mobil atau perawatan mobil memang sudah banyak terdapat di setiap tempat, namun ada beberapa orang yang seringkali masih bingung ketika ingin sekedar mencuci mobil atau motor mereka. Jauhnya tempat pencucian dan kurang adanya informasi mengenai tempat pencucian terdekat membuat beberapa orang menjadi malas dan enggan untuk mencuci kendaraan mereka. Faktor cuaca juga mempengaruhi beberapa alasan mengapa para masyarakat menjadi enggan atau malas untuk mencuci kendaraan mereka.

Bisnis cuci dan perawatan kendaraan juga sangat jarang dilirik apalagi diminati oleh kebanyakan masyarakat. Masyarakat pasti hanya akan mencari tempat cuci kendaraan yang terlihat atau

terlintas kelihatan saat dalam perjalanan. Untuk itu, aplikasi bisnis *Online Clean* hadir untuk lebih memperkenalkan bisnis-bisnis dalam bidang perawatan kebersihan kendaraan pribadi. Bisnis perawatan mobil perlu sesuatu hal yang menjembatani kepada masyarakat, agar masyarakat juga dapat mengenal dan mengerti tentang perawatan kebersihan kendaraan pribadi mereka.

Visi dan Misi “Online Clean”

Visi “*Online Clean*” adalah menjadikan pelayanan jasa cuci kendaraan berbasis *online* yang dapat melayani konsumen dimanapun berada dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa cuci kendaraan yang terbaik bagi konsumen. Sedangkan misi dari “*Online Clean*” diantaranya, 1) melayani pencucian motor dan mobil secara *online* melalui mitra-mitra kami yang dapat dilakukan di rumah atau di tempat usaha mitra, 2) melayani perawatan mobil untuk membuat mobil lebih terlihat *luxury*, dan 3) memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen melalui mitra-mitra kami agar konsumen mendapatkan kepuasan yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan kegiatan dengan tujuan mempelajari secara mendalam mengenai suatu kegiatan bisnis dengan tujuan menentukan layak atau tidaknya dijalankan bisnis tersebut (Kasmir, 2012). Dengan berbagai aspek yang didasarkan pada aspek kelayakan bisnis, diharapkan akan memberikan gambaran bahwa suatu bisnis layak untuk dilanjutkan. Studi ini dapat digunakan sebagai salah satu acuan agar perintis bisnis tidak salah dalam mengambil langkah pendirian bisnis. Selain itu, bagi pihak investor juga akan mengetahui apakah *Online Clean* merupakan bisnis yang layak didanai. Berdasarkan studi kelayakan bisnis, studi ini akan menganalisis aspek pemasaran, aspek teknis, dan aspek keuangan.

Aspek Pemasaran

Berdasarkan aspek pemasaran, kami menganalisis berbagai komponen berikut:

a. Permintaan Pasar

Menurut survey yang dilakukan oleh penulis ditemukan bahwa permintaan pasar mengenai jasa cuci kendaraan memiliki cukup banyak peminat dan juga sangat berpotensi di tengah kesibukan masyarakat. Kesibukan konsumen dapat menarik minat konsumen untuk memanggil karyawan atau petugas agar dapat membersihkan kendaraan mereka di rumah. Cuaca yang tidak menentu juga dapat menjadi pengaruh yang membuat para calon *customer* terkadang malas jika harus ke outlet jasa cuci kendaraan.

b. Peluang pasar

Peluang bisa dibilang cukup besar dengan berkembangnya teknologi era industri 4.0 membuat kebiasaan masyarakat mulai berubah dari yang dulunya harus keluar dari tempat untuk melakukan sesuatu sekarang menjadi serba digital dan dilakukan via handphone saja

c. Perkembangan Pasar

Saat ini memang sudah ada beberapa pemain bisnis cuci kendaraan panggilan di Indonesia. Namun pada pengaplikasiannya saat ini aplikasi mereka hanya terbatas pada bisnis mereka sendiri dan karena hanya bisnis mereka sendiri. Jangkauan yang bisa sebuah jasa cuci kendaraan berikan juga sangat terbatas sehingga penulis merancang sebuah aplikasi B2C yang terintegrasi dengan mitra mitra yang nantinya akan bekerja sama dengan penulis

Aspek Teknis

Aspek teknis akan digunakan sebagai salah satu dalam melakukan tahapan awal penentuan kelayakan bisnis. Aspek teknis akan dilihat dari lokasi, sumber material, kapasitas, dan inventaris. Suatu ide bisnis dapat dikatakan layak dididirikan dan dapat dijalankan dengan baik apabila memiliki aspek teknis dan teknologi yang mumpuni (Suliyanto, 2010).

a.Lokasi

Lokasi yang terkait peluncuran aplikasi tentu akan berpusat di kota Malang dan untuk mitra nantinya, kami akan mencari mitra di setiap kota terlebih dahulu agar memperluas jangkauan kami.

b.Sumber Material

Sehubungan dengan fokus dari startup kami yang lebih berfokus pada aplikasi maka terkait sumber material dari aplikasi kami masih berupa penyedia domain dan server. Lalu terkait dengan paket kemitraan kami, kami tentu akan mencari partner yang paling sesuai dengan kebutuhan kami.

c.Kapasitas

Terkait dengan kapasitas untuk pembukaan pertama kali startup kami memulai dengan menggandeng 100 mitra yang tersebar dan akan dicari mitra lainnya jika dirasa server sudah cukup mumpuni.

d.Inventaris

Pertama yang kami siapkan untuk inventaris adalah sebuah komputer untuk memantau dan mengatur server dan selanjutnya terkait dengan inventaris berkaitan dengan penyaluran paket kemitraan berupa alat-alat cuci dan detailing.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan pada riset ini menggunakan metode kualitatif. Pada penelitian ini akan dilakukan analisis produk, analisis bisnis, dan aspek keuangan. Analisis produk akan dilakukan untuk mengetahui adanya inovasi produk dan deskripsi produk. Kemudian analisis bisnis dalam menganalisa target pasar dan strategi marketing. Sedangkan aspek keuangan akan dipertimbangkan melalui estimasi biaya dan laporan laba rugi dalam proyeksi 3 tahun. Setelah proses analisis ini, akan ditarik kesimpulan apakah bisnis ini memang memiliki keunggulan dibandingkan bisnis cuci mobil pada umumnya dan berhak dilanjutkan sebagai bisnis *startup digital*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Produk

Inovasi Produk

Produk bisnis yang akan diluncurkan adalah produk berupa aplikasi yang menghubungkan mitra bisnis dengan konsumen berbasis *online* yang diberi nama *Online Clean*. Inovasi produk yang ditonjolkan dalam aplikasi ini adalah fitur-fitur yang dapat menghubungkan mitra bisnis cuci kendaraan dan perawatan kendaraan dengan konsumen yang berada di rumah atau berada jauh dari tempat mitra bisnis. Inovasi tersebut dapat merupakan keunggulan karena dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Elita et al, 2017).

Jenis Produk

Untuk produk dalam konsep aplikasi kami yang ditawarkan adalah terdiri dari pencucian kendaraan pribadi dan perawatan kendaraan pribadi untuk konsumen. Pencucian dan perawatan ini konsumen dapat meminta untuk dilakukan di rumah konsumen atau melakukan booking antrian, di tempat cuci mobil yang telah bermitra dengan aplikasi kami, yang dipilih oleh konsumen dalam aplikasi *Online Clean*. Di bagian pencucian kendaraan, kami menawarkan pencucian untuk mobil dan motor, sedangkan untuk bagian perawatan kendaraan, kami menawarkan melalui mitra kami, coating mobil dan detailing mobil. Untuk pelayanan perawatan lebih diutamakan untuk mobil, terutama mobil sport atau luxury cars yang membutuhkan perawatan rutin. Kami dapat melakukan proses untuk perawatan melalui bekerja sama dengan bengkel detailing dan coating kendaraan.

Untuk produk yang kami jual kepada mitra bisnis kami berupa paket alat-alat atau persediaan untuk pelaksanaan bisnis cuci kendaraan ini sendiri. Untuk penawaran paket pembelian ini bukan bersifat wajib untuk mitra bisnis kami, hanya penawaran dari kami apabila masih belum mempunyai

alat yang cukup untuk melaksanakan pelaksanaan bisnis ini, terutama alat yang dapat dibawa untuk mencuci kendaraan di rumah customer. Seperti layaknya yang dilakukan aplikasi aplikasi digital lainnya, kami juga memberikan ongkos untuk penggunaan aplikasi disetiap orderannya.

Analisis Bisnis

Analisis bisnis ini dilakukan untuk mengetahui apa target pasar dan bagaimana strategi yang akan diambil oleh aplikasi *Online Clean* ini untuk meraih pelanggan dan mendapatkan keuntungan dari mitra yang bekerja sama dengan aplikasi *Online Clean*.

Target Pasar

Target pasar yang dituju untuk bekerja sama dengan *Online Clean* adalah toko atau bisnis cuci mobil dan motor yang baru merintis atau baru memulai usaha mereka dan bisnis cuci mobil yang sudah berdiri sejak lama, namun kurang mendapatkan sorotan dari masyarakat atau tempatnya kurang diketahui oleh masyarakat. Target untuk bekerja sama juga toko atau bisnis yang menjalankan pelayanan perawatan mobil, terutama coating dan detailing.

Untuk target pasar dari usaha yang bekerja sama dengan toko cuci dan perawatan mobil dan motor adalah kompleks perumahan yang cukup padat dengan pekerja kantoran dan kolektor mobil sport atau luxury car yang ingin merawat mobil pribadinya. Kompleks perumahan yang dihuni padat oleh pekerja kantoran biasanya akan mencari tempat cuci mobil atau motor yang terdekat atau memanggil pekerja dari toko terdekat untuk mencuci kendaraan mereka, karena pekerja biasanya hanya memiliki waktu luang saat sore atau malam dan hanya di hari libur saja. Dengan adanya toko atau mitra yang berada dekat perumahan mereka maka konsumen akan memilih toko terdekat agar menghemat waktu.

Strategi Marketing

Strategi marketing yang digunakan adalah beberapa penyampaian data yang jelas dan menarik tentang mitra yang bekerja sama dengan aplikasi *Online Clean*. Desain aplikasi yang simpel dan elegan juga akan membuat *customer* betah untuk menggunakan aplikasi *Online Clean*. Selain itu, kami juga mengadakan promo bulanan yang dapat digunakan di toko mana saja, agar menarik minat atau daya tarik masyarakat untuk mencoba atau melakukan pesanan di mitra kami misalnya promosi pemilihan paket dan diskon (Pratiwi, 2021). Setiap mitra kami juga menerapkan sistem member yang apabila pesanan yang kesepuluh kali dapat mendapatkan diskon 50% atau mendapatkan souvenir khusus dari aplikasi *Online Clean*. Promosi melalui media sosial juga dilakukan untuk aplikasi dan toko setiap mitra aplikasi *Online Clean* di laman blog atau instagram milik *Online Clean*. Terlebih lagi media sosial merupakan tempat yang mudah untuk menyebarkan informasi produk dan layanan (Elita Tarihoran, J., Ika Mardiani, M., Dwi Putri, N., Sari Novareila, R., Sofia, A., & Farida Adi prawira, 2021). *Online Clean* juga membuat iklan di platform youtube atau dalam story instagram yang memiliki durasi singkat, namun jelas dan menarik masyarakat untuk mencoba aplikasi *Online Clean*.

Aspek Keuangan

Untuk biaya yang diperlukan untuk memulai maupun menjalankan bisnis ini memang cukup besar pada awalnya namun hal ini berlaku pada penyedia aplikasinya karena perlu melakukan investasi pada server dengan menggunakan *Appkey* sebagai patokannya dan juga melakukan pembelian inventory berupa alat cuci untuk dijual sebagai paket kemitraan dari *Online Clean* berikut disajikan estimasi biaya untuk pembuatan bisnis berbasis digital dengan konsep cuci kendaraan panggilan dengan nama *Online Clean* yang dapat dilihat pada tabel 1 dan laporan proyeksi laba rugi selama tiga tahun kedepan (lihat tabel 2).

Tabel 1. Estimasi Biaya

Daftar Kebutuhan	Biaya
Server beserta pendukungnya (Aplikasi dan juga domain website)	Rp. 60.000.000
Alat kompressor	Rp. 500.000
Sabun Cuci	Rp. 50.000
Alat Poles	Rp. 150.000
Cairan poles	Rp. 100.000
Biaya Iklan & Promosi	Rp. 15.000.000

Tabel 2. Laporan Laba Rugi Proyeksi Tiga Tahun

Rincian Biaya	Biaya	Rincian Biaya	Biaya	Rincian Biaya	Biaya
Pendapatan Usaha		Pendapatan Usaha		Pendapatan Usaha	
Pendapatan pembelian paket mitra	Rp77,625,000	Pendapatan pembelian paket mitra	Rp92,000,000	Pendapatan pembelian paket mitra	Rp92,000,000
Pendapatan jasa	Rp55,625,000	Pendapatan jasa mitra	Rp55,625,000	Pendapatan jasa mitra	Rp55,625,000
Jumlah Pendapatan	Rp133,250,000	Jumlah Pendapatan	Rp147,625,000	Jumlah Pendapatan	Rp147,625,000
Beban Usaha		Beban Usaha		Beban Usaha	
Biaya Server Domain	Rp60,000,000	Biaya Server Domain	Rp60,000,000	Biaya Server Domain	Rp60,000,000
Biaya Iklan dan Promosi	Rp15,000,000	Biaya Iklan dan Promosi	Rp15,000,000	Biaya Iklan dan Promosi	Rp15,000,000
Biaya Admin Aplikasi	Rp25,000,000	Biaya Admin Aplikasi	Rp25,000,000	Biaya Admin Aplikasi	Rp25,000,000
Biaya Jasa IT Aplikasi	Rp25,000,000	Biaya Jasa IT Aplikasi	Rp25,000,000	Biaya Jasa IT Aplikasi	Rp25,000,000
Jumlah Beban	Rp125,000,000	Jumlah Beban	Rp125,000,000	Jumlah Beban	Rp125,000,000
Laba Kotor	Rp8,250,000	Laba Kotor	Rp22,625,000	Laba Kotor	Rp22,625,000
Pajak	Rp412,500	Pajak	Rp1,131,250	Pajak	Rp1,131,250
Laba Bersih	Rp7,837,500	Laba Bersih	Rp21,493,750	Laba Bersih	Rp21,493,750

Sumber: Data diolah (2022)

Menurut tabel diatas, dapat dikatakan bahwa biaya awal terbilang cukup besar namun hal ini bisa dijelaskan karena diakibatkan bisnis ini perlu melakukan pembelian awal berupa investasi pada server untuk aplikasi dan juga website. Tidak ketinggalan juga dikarenakan adanya pembelian dalam jumlah besar lebih awal untuk alat dan bahan cuci untuk mendapatkan harga spesial dari mitra/supplier dan yang pasti untuk memperkenalkan bisnis yang baru perlu diadakannya promosi untuk mengenalkan bisnis ini.

Tahapan Pra-Produksi

Pada tahapan produksi ini adalah dimana kami merancang dan mendesain bagaimana jalannya usaha *Online Clean*. Setelah mengerti jalan atau sistem produksi dari aplikasi *Online Clean*, maka kami melakukan survey untuk menentukan mitra yang cocok dan mau untuk menjadi mitra. Kami mengajukan proposal kami kepada beberapa toko cuci mobil dan motor yang ada dan sesuai dengan kebutuhan bisnis kami. Setelah menemukan beberapa mitra yang setuju dan cocok dengan proposal kami, kami akan melakukan proses training atau campaign tentang bagaimana berjalannya sistem aplikasi kami untuk pengoperasian dalam jalannya bisnis nantinya. Tidak lupa kami juga memberikan arahan untuk memberikan pelayanan yang terbaik agar aplikasi kami dapat dinilai baik oleh masyarakat dan juga mitra kami dapat mendapatkan pelanggan yang lebih banyak dari sebelum bermitra bersama *Online Clean*. Video promosi dan teaser kerja sama dengan mitra juga kami siapkan agar dapat menambah promosi aplikasi agar dikenal oleh masyarakat dan juga menaikkan insight web aplikasi kami sehingga masyarakat dapat tertarik untuk menggunakan aplikasi *Online Clean*. Kami juga menyiapkan aplikasi dan server yang akan digunakan untuk aplikasi *Online Clean*.

Tahapan Produksi

Dalam tahapan produksi, kami meluncurkan program yang telah disiapkan yaitu *Online Clean*. *Online Clean* diluncurkan bersamaan dengan pengumuman kerja sama dengan beberapa mitra yang telah bekerja sama dengan aplikasi kami. Pada tahapan produksi ini, setiap mitra diminta untuk melakukan promosi peluncuran aplikasi *Online Clean* dan juga promosi untuk dapat melakukan

pemesanan *online* melalui aplikasi *Online Clean* dengan berbagai fitur yang telah dijelaskan dalam training sistem di tahapan pra produksi. Dalam tahapan produksi ini juga kami, mengeluarkan banyak promo yang menarik untuk membuat masyarakat mencoba dan melihat aplikasi kami terlebih lagi melakukan pemesanan melalui aplikasi *Online Clean*. Pada tahapan ini juga, kami dari pihak *Online Clean* mengirimkan alat-alat atau persediaan yang dibeli oleh mitra pada kesepakatan proposal awal untuk dapat menerima pesanan yang dilakukan di rumah konsumen. Promosi sangat berperan penting pada tahapan produksi ini, sangat penting untuk masyarakat mengenal aplikasi *Online Clean* terlebih dahulu dan mengetahui kemudahan dalam mencuci kendaraan mereka, sehingga media promosi akan terus gencar dilakukan dalam tahapan ini. Terkait pembelian paket alat yang ada di proposal, yang ditawarkan kepada mitra, juga dapat mulai untuk membayar biaya awal atau uang muka.

Tahapan Pasca Produksi

Pada tahapan ini, akan dilakukan evaluasi atas setiap kegiatan operasi yang telah dijalankan mulai dari tahapan produksi hingga setiap bulan atau akan dilakukan evaluasi bulanan. Evaluasi juga dapat dilakukan dengan meminta saran atau ulasan yang telah diberikan dari customer yang telah melakukan pemesanan dalam aplikasi *Online Clean*. Evaluasi dari kami, pihak mitra, dan juga ulasan dari customer akan digunakan untuk perbaikan kedepannya atau juga inovasi yang lebih diminati atau diinginkan oleh masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis produk, bisnis dan keuangan dapat disimpulkan bahwa startup digital “*Online Clean*” memiliki berbagai kelebihan. Dibandingkan kompetitor, startup ini memberikan pelayanan pemesanan melalui *online* dan dapat dilakukan di rumah konsumen atau melakukan booking antrian, di tempat cuci mobil yang telah bermitra dengan aplikasi ini. Berdasarkan aspek keuangan, *Online Clean* dapat dikatakan sebagai bisnis yang dapat berkembang makin kuat kedepannya. Profit yang akan diperoleh dari *Online Clean* pada tiga tahun kedepan juga diproyeksikan akan memberikan keuntungan. Meskipun biaya pembuatan terbilang besar, namun startup ini akan menghasilkan profit yang tiap tahun meningkat. Sehingga, proyek pendirian startup *Online Clean* layak untuk dilanjutkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dermawan, D., & Satriardi, S. (2017). Analisis Kelayakan Bisnis Kuliner “Sushi Kampung.” *Jurnal Surya Teknika*, 5, 26–31. <https://doi.org/10.37859/jst.v5i01.353>
- Dewi, A. (2018). PENGARUH IKLAN ONLINE MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAGI PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK KULINER LOKAL. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 3, 1. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v3i1.78>
- Dregger, J., Falkenberg, J., Ittermann, P., Hirsch-Kreinsen, H., & Hompel, M. (2016). *The digitization of manufacturing and its societal challenges: a framework for the future of industrial labor*. 1–3. <https://doi.org/10.1109/ETHICS.2016.7560045>
- Elita Tarihoran, J., Ika Mardiani, M., Dwi Putri, N., Sari Novareila, R., Sofia, A., & Farida Adi prawira, I. (2021). PENTINGNYA SOSIAL MEDIA SEBAGAI STRATEGI MARKETING START-UP DI INDONESIA. *KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 9(1), 72–78. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/jk.v9i1.y2021.p72-78>
- Fajrina, H. N. (2015). *Tiga Tantangan Utama Pemerataan Internet di Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150925141413-213-80931/tiga-tantangan-utama-pemerataan-internet-di-indonesia>.
- Kasmir, J. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis* (Edisi Revi). Kencana.
- Pratiwi, A. (2021). “Startup”: Bisnis Kuliner Rintisan di Masa Pandemi Covid-19. *Emik*, 4(1), 1–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.46918/emik.v4i1.851>
- Siahaan, S., & Hasibuan, N. (2021). ANALISIS KELAYAKAN BISNIS RESTORAN CHICKEN CRUSH TUASAN MEDAN. *Niagawan*, 10, 143. <https://doi.org/10.24114/niaga.v10i2.24843>
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*. Andi Yogyakarta.
- Wang, S., Wan, J., Li, D., & Zhang, C. (2016). Implementing Smart Factory of Industrie 4.0: An Outlook. *International Journal of Distributed Sensor Networks*, 2016, 1–10. <https://doi.org/10.1155/2016/3159805>