

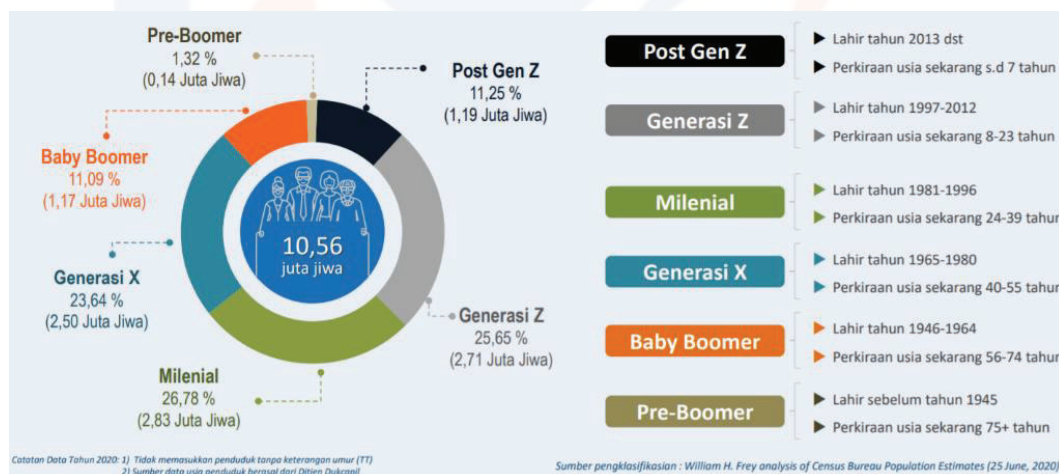
BAB I

INTRODUCTION

1.1 Background

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin canggih dan aktivitas yang padat, masyarakat Indonesia khususnya kota-kota besar tidak sempat untuk memperbaiki barang *fashion* dan perlengkapan rumah tangganya. Banyak orang membutuhkan segalanya secara *instan* dan terpercaya dalam hal membantu urusan pribadi yang mungkin sering tertunda karena tuntutan pekerjaan. Di tengah pandemi COVID-19 ini, layanan reparasi menjadi layanan yang bisa diperhitungkan. Sebagai informasi, pasar jasa reparasi di Indonesia cukup besar dan peminatnya banyak sehingga bisnis ini sangat potensial untuk diciptakan, misalnya seperti Laba-laba, Stop’N’Go, dan Captain Fix, hal inilah yang menjadikan kebutuhan akan jasa reparasi menjadi peluang bisnis yang menarik.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik No. 5/01/31/Th.XXIII tanggal 22 Januari 2021 jumlah penduduk DKI Jakarta sebesar 10,56 juta jiwa yang terdiri sebagai berikut:



Gambar 1.1 Komposisi Penduduk DKI Jakarta tahun 2020 menurut Generasi.

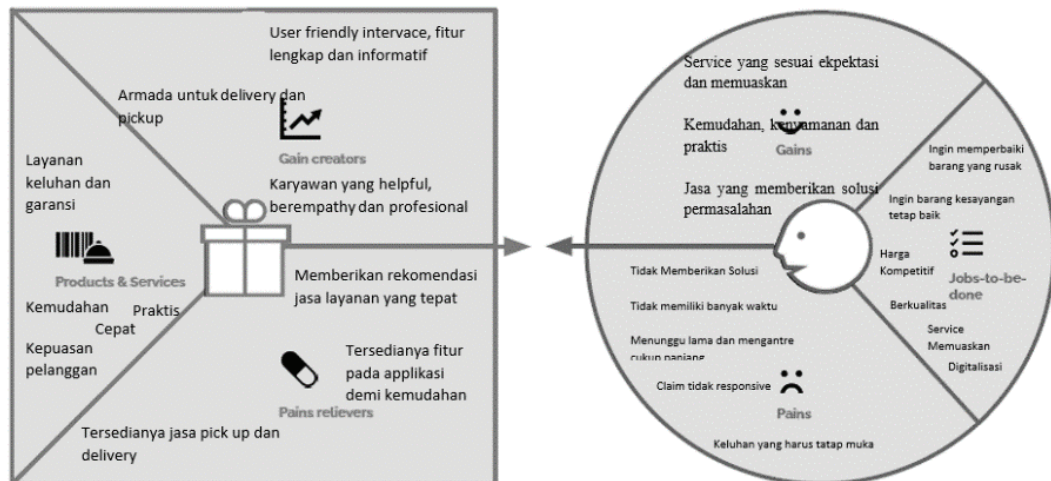
Kamar Dagang dan Industri Indonesia pada tahun 2019 menginformasikan bahwa tren konsumsi ke depan akan didominasi oleh sektor jasa daripada sektor barang. Hal ini sejalan dengan era digitalisasi yang akan semakin berkembang. Hasil survei Badan Pusat Statistik mengungkapkan, pola belanja generasi milenial lebih banyak dilakukan secara *online*, di mana hal ini mengikuti anjuran pemerintah untuk tetap di rumah selama pandemi COVID-19. Peningkatan konsumsi di sektor jasa ini disebabkan pola konsumsi yang terkait gaya hidup di mana pola konsumsi tersebut akan diisi oleh generasi digital.

Jasa reparasi saat ini lebih menekankan pada pelayanan pelanggan, untuk itu perusahaan harus memberikan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Persaingan saat ini akan menjadi semakin ketat di mana pelanggan atau konsumen akan dengan mudah meninggalkan usaha bisnis yang tidak memberikan kepuasan kepada mereka. Sehingga pelayanan menjadi salah satu pertimbangan seorang konsumen untuk membeli barang atau menggunakan jasa. Oleh karena itu dalam berbisnis harus fokus pada peluang serta harus cerdas dalam menerjemahkan kebutuhan masyarakat atau golongan tertentu. Maka dari itu Fix n Clean hadir untuk memberikan solusi dengan menawarkan jasa perbaikan dalam satu lokasi (*One Stop Service*) berdasarkan aplikasi untuk *fashion* dan produk rumah tangga yang dimiliki.

1.2 Problem or Opportunities Identification

Di tengah perkembangan zaman yang mulai bergeser ke dunia digital, masih banyak penyedia jasa reparasi yang menjalankan bisnisnya secara tradisional atau belum memanfaatkan teknologi. Adapun permasalahan lain ialah waktu yang terbatas yang dimiliki setiap kalangan, baik kalangan milenial atau muda maupun kalangan yang sudah berumur membuat kebutuhan akan kebersihan serta kerapihan pakaian dan peralatan yang dipakai menjadi sebuah hal yang harus dipenuhi, terlebih di saat dunia sedang mengalami keadaan yang tidak menentu yang membuat setiap orang dituntut untuk selalu menjaga kerapihan dan kebersihan.

Selain masalah waktu yang terbatas, masalah lainnya adalah perihal proses dari bisnis itu sendiri (*pick up*, proses reparasi, dan *delivery*). Hal ini menjadi masalah yang sangat penting di mana kepuasan pelanggan sangat ditentukan oleh hal tersebut. Tidak hanya kerapihan dan kebersihan rumah, dan juga diri yang diharuskan untuk selalu terjaga, kerapihan dan kebersihan barang *fashion* dan *household* juga harus dijaga agar setiap orang merasa nyaman dan aman pada saat digunakan. Selain itu, untuk membantu menemukan *problem* dan *opportunity* dapat menggunakan *Value Proposition Canvas*.



Gambar 1.2 Value Proposition Canvas.

1.2.1 Job to be Done

Terdapat beberapa *jobs to be done*, yaitu:

- Customer* ingin memperbaiki barang yang rusak.
- Customer* ingin barang kesayangannya tetap baik.
- Harga yang kompetitif.
- Hasil jasa yang berkualitas (hasil yang rapi dan tahan lama).
- Service* yang memuaskan (dari awal hingga akhir)
- Customer* menginginkan digitalisasi pelayanan.

1.2.2 Customer Pain

Terdapat beberapa *customer pains*, yaitu:

- Tidak memberikan solusi perihal kebutuhan layanan jasa.
- Tidak mempunyai banyak waktu untuk mengantarkan barang ke *workshop*.
- Customer* masih harus menunggu lama dan mengantri cukup panjang saat berkunjung.
- Keluhan *customer* yang masih harus tatap muka.
- Layanan *claim* yang terkesan di“ping pong” dan tidak *responsive*.

1.2.3 Customer Gain

Terdapat beberapa *customer gains*, yaitu:

- Service* yang sesuai ekspektasi dan memuaskan.
- Kemudahan, kenyamanan, dan praktis.
- Jasa yang memberikan solusi permasalahan.

1.3 Business Solutions

Berdasarkan permasalahan yang terjadi dan untuk menjawab tantangan dunia digital yang semakin berkembang, Fix n Clean memberikan solusi secara komprehensif terhadap hal tersebut, baik secara konvensional dan secara digital. Fix n Clean menghadirkan aplikasi yang mudah dipahami dan mempunyai beberapa menu pilihan. Fix n Clean juga mempunyai kantor yang berlokasi di Jakarta Selatan, sehingga pada dasarnya Fix n Clean akan memberikan kemudahan layanan bagi setiap warga negara Indonesia khususnya untuk pelanggan setia, dengan menghadirkan layanan reparasi atas segala jenis barang *fashion* dan *household* yang membutuhkan jasa tersebut dengan berbasis aplikasi, di mana kami yakin hal ini akan menjadi terobosan terbaru apalagi dalam masa pandemi COVID-19 yang melarang adanya banyak kerumunan. Aplikasi tersebut memiliki fitur bagi pengguna yang ingin memperbaiki koper, dompet, ikat pinggang, sepatu, dan lain-lain. Fix n Clean menjadi sebuah usaha yang menggabungkan *fix* dan *clean* menjadi satu kesatuan usaha.

Fix n Clean juga untuk memberikan pelayanan jasa *pick up* dan *delivery* untuk memudahkan pengguna Fix n Clean. Seperti yang diketahui pada saat pandemi sekarang ini, jasa *pick up* dan *delivery* ini menjadi sesuatu nilai lebih yang diberikan dalam menjalankan suatu usaha. Salah satu cara untuk mendapatkan *Business Solution* adalah dengan menggunakan *Value Proposition Canvas* seperti Gambar 1.2.

1.3.1 Pain Reliever

Terdapat beberapa *pain reliever*, yaitu:

- a) Memberikan rekomendasi jasa layanan yang tepat sesuai kebutuhan *customer*.
- b) Tersedianya pilihan untuk jasa *pick up* dan *delivery* ke tempat *customer* sehingga *customer* tidak perlu datang untuk mengantar dan mengambil barang di *workshop* kami.
- c) Tersedianya fitur-fitur pada aplikasi Fix n Clean berbasis iOS dan Android yang akan kami tawarkan untuk memudahkan dalam menggunakan jasa Fix n Clean seperti: lokasi *workshop*, nomor antrian, layanan *live chat*, dan *call center* (komplain atau diskusi), dll.

1.3.2 Gain Creator

Terdapat beberapa *gain creator*, yaitu:

- a) Fix n Clean memiliki armada operasional untuk *pick up* dan *delivery*.

- b) Aplikasi Fix n Clean yang didesain dengan *user friendly interface*, fitur lengkap dan informatif.
- c) Karyawan yang *helpful*, memiliki empati, dan profesional.

1.3.3 Product or Services

Terdapat beberapa *product and services*, yaitu:

- a) Kemudahan, kepraktisan, kecepatan, serta kepuasan pelayanan.
- b) Mempunyai layanan *claim* dan memberikan garansi untuk setiap pengerjaan.

1.4 Business Profile

PT Hygeia Vulcan Indonesia direncanakan didirikan pada tanggal 10 Agustus 2022 di DKI Jakarta. PT HVI sendiri memiliki bentuk badan hukum usaha yang dipilih yaitu Perseroan Terbatas (PT). Pemilihan dan pendirian badan usaha ini mengacu pada Undang-Undang RI nomor 1 tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas (PT). Secara singkat profil PT HVI sebagai berikut:

Tabel 1.1 Profil PT Hygeia Vulcan Indonesia.

	Keterangan
Nama Perusahaan	PT Hygeia Vulcan Indonesia
Jenis Perusahaan	Perseroan Terbatas
Tahun Berdiri	2022
Provinsi	DKI Jakarta
Lokasi	Blok A, Jakarta Selatan
Modal Usaha	Rp 6,715,000,000
Produk	Jasa Reparasi Barang <i>Fashion</i> dan <i>Household</i>

1.4.1 Bisnis Yang Ditawarkan

Bisnis yang akan dijalankan oleh Fix n Clean dalam menanggapi permasalahan yang ada di atas adalah dengan menjalankan *fix* dan *clean* berbasis aplikasi. Fix n Clean menawarkan jasa reparasi dan cuci berbagai jenis *item* seperti:

- Koper
- Sepatu
- Tas
- Pakaian
- Ikat Pinggang
- Boneka
- Tas, pakaian, ikat pinggang dan sepatu PREMIUM

Fix n Clean memberikan jaminan klaim dengan menyediakan layanan *hotline* untuk melakukan klaim dan purna jasa serta Fix n Clean memberikan garansi pengerjaan jika terdapat hasil barang yang tidak sesuai.

1.4.2 Visi dan Misi Perusahaan

1.4.2.1 Visi Perusahaan

Berusaha menjadi perusahaan jasa reparasi barang *fashion* dan *household* yang praktis dan *helpful* di Indonesia.

1.4.2.2 Misi Perusahaan

- Memberikan pelayanan yang ramah dan berkelanjutan dalam jasa Fix n Clean dengan harga kompetitif yang ditunjang oleh pelayanan pelanggan.
- Menjadi perusahaan jasa reparasi yang menyediakan berbagai macam fitur layanan dengan harga yang bersaing dan pantas.
- Selalu berusaha memberikan solusi dan pengalaman jasa reparasi terbaik kepada *customer*.

1.4.3 Logo dan Tagline Perusahaan

1.4.3.1 Logo Perusahaan



Gambar 1.3 Logo Fix n Clean

Arti dari logo tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- Obeng, Tang, Jarum, dan Kuas menggambarkan bisnis yang dijalankan oleh Fix n Clean yaitu reparasi dan cuci.

- *Tools Box* menggambarkan *One Stop Service* yang diusung oleh Fix n Clean.
- Tulisan Fix n Clean menunjukkan identitas dari bentuk usaha.
- Warna hitam menggambarkan profesional dan handal.
- Warna biru menggambarkan kebersihan

1.4.3.2 *Tagline* Perusahaan

Dengan menawarkan pengalaman yang berbeda dari *fix* dan *clean* kepada konsumen, Fix n Clean berbasis aplikasi dengan semangat membara membawa tagline “*Experience the Next Level of Fixing and Cleaning*”.