

BUSINESS PLAN

LIVING LIFE

(Perencanaan Pendirian Usaha Asisten Rumah Tangga Berbasis Aplikasi)



Disusun Oleh :

Andre Paulus

1923200032

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG
PALEMBANG
2023**

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

Asisten rumah tangga adalah bagian penting dari kehidupan sehari-hari penduduk dan dapat menjadi sahabat terbaik dari pengurus rumah tangga yang bertanggung jawab atas semua pekerjaan rumah tangga.

Alasan umum yang sering dikemukakan ketika seseorang memutuskan untuk mempekerjakan asisten rumah tangga adalah pasangan yang sibuk, kesepian, kurangnya keterampilan rumah tangga, terutama memasak, dan kemalasan dalam pekerjaan rumah tangga.

Peran asisten rumah tangga dalam kehidupan sehari-hari sangatlah penting. Perubahan jadwal kerja dari waktu ke waktu menunjukkan bahwa jadwal kerja menjadi lebih luas dan kompleks. Pekerjaan itu tidak hanya mencakup pekerjaan rumah tangga, tetapi juga menangani peralatan teknologi tinggi terbaru. Misalnya, penanganan dan tanggung jawab alat elektronik, dan CCTV. Alasan utamanya adalah bahwa asisten rumah tangga perlu memperoleh banyak keterampilan untuk mendukung pekerjaannya dalam menjalankan pekerjaannya. Mulai dari memasak, mencuci, berkebun, membawa kendaraan hingga menjemput anak, mengasuh anak dan orang tuanya, hingga menemani anak majikan belajar. *Living Life* adalah sebuah bisnis bergerak di bidang asisten rumah tangga berbasis aplikasi. Kegiatan usaha pada *Living Life* akan dilakukan di sebuah rumah yang berlokasi di jalan Aiptu Karel Satsuit Tubun No.856, RT.12/RW.04, 17 Ilir, Kec. Ilir Tim. 1, Kota

Palembang, Sumatra Selatan 20125. Hal di atas lebih berorientasi pada lingkungan sosial, di mana orang fokus pada kesibukan dengan lingkungan dan membutuhkan tambahan tenaga kerja. Selain itu, *Living Life* juga menyediakan jasa asisten rumah tangga yang bertujuan untuk membantu orang dalam waktu yang sibuk agar meringankan kebutuhan.

Kelebihan jasa *Living Life* dibandingkan dengan jasa lain adalah keamanan yang diutamakan dalam hal sewa jasa sehingga apabila asisten bekerja akan diberikan kamera pada pakaian, dan sebelum sewa bisa komunikasi antara konsumen, dan asisten melalui pesan aplikasi atau *video call* untuk kenal lebih dekat agar sesuai kriteria mencapai kesepakatan serta kontrak akan diberikan untuk hasil akhir kesepakatan. Nantinya kantor ini akan digunakan sebagai tempat untuk melatih asisten rumah tangga yang baru serta sebagai tempat pendaftaran data klien ke perusahaan.

Berdasarkan seluruh data dalam ringkasan yang diperoleh dari 90 responden berdasarkan data jumlah pengguna asisten rumah tangga, data diperoleh bahwa seluruh masyarakat memberi tanggapan pernah menggunakan jasa sebesar 77,8% dengan total 70 responden, sebagian besar berjenis kelamin perempuan sebesar 84,3% dengan umur 31-40 tahun sebesar 42,9% yang memiliki pekerjaan wira usaha sebesar 57,1% dan pendapatan Rp 10.000.000 - Rp 12.999.999 sebesar 44,3% dan jumlah asisten rumah tangga dengan total 1 sebesar 57,1%. Minat penggunaan jasa *Living Life* apabila berbasis aplikasi sebesar 100%. Tipe asisten rumah tangga, yaitu pembantu sebesar 50%. Kategori usaha pada harian sebesar 57,1%.

Jadi, kesimpulannya adalah *Living Life* cukup diminati oleh hampir seluruh masyarakat kota Palembang, terutama masyarakat di usia 31-40 tahun yang berjenis kelamin perempuan dengan status wira usaha dengan pendapatan Rp. 10.000.000 - Rp. 12.999.999, berjenis pembantu dengan total 1 pada aplikasi dengan harian.

Modal awal *Living Life* sebesar Rp 414.900.000 dengan persentase 50% pinjaman orang tua sebesar Rp 207.450.000 dan 50% tabungan sendiri sebesar 207.450.000. Jangka waktu pengembalian modal usaha *Living Life* perhitungan menggunakan metode *Payback Period (PP)* selama 1 tahun 6 bulan 19 hari usaha *Living Life* dapat mengembalikan modal investasi. Untuk perhitungan *Net Present Value (NPV)* sebesar Rp. 254.101.872 (Positif), *Internal Rate Of Return (IRR)* sebesar 28,00 % > dari suku bunga *BI Rate* sebesar 4,33%. *Profitability Index (PI)* sebesar 1,61 > 1 dan untuk *Rate of Return (ARR)* usaha *Living Life* menunjukkan angka sebesar 177,42% > suku bunga *BI Rate* yaitu 4,33%. Sehingga perhitungan keuangan untuk usaha *Living Life* dapat dinyatakan diterima dan layak untuk dijalankan.

BAB II

PENDAHULUAN

2.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha

Gaya hidup yang dimiliki masyarakat Palembang saat ini memang sudah menjadikan peluang bisnis *Living Life* menjadi sangat penting. Didukung oleh kebiasaan ibu-ibu yang senang mengadakan arisan di rumahnya membutuhkan tenaga kerja asisten rumah tangga untuk membersihkan rumah sebelum tamu datang. Di Palembang masih banyak ibu-ibu yang suka bermain *handphone* dan memiliki kesibukan sehingga melakukan pekerjaan rumah harus tetap dilaksanakan pada saat lelah maupun tidak ada waktu.

Indonesia memiliki banyak sumber daya manusia terutama pada Sumatra Selatan dan sedikitnya lapangan pekerjaan yang tersedia sehingga *Living Life* melihat peluang tersebut untuk tenaga kerja dan orang yang memiliki kesibukan untuk saling mendapatkan keuntungan seperti pekerjaan rumah tangga yang selesai dengan tenaga kerja yang mendapatkan hasil upah.

Secara sosial, asisten rumah tangga tidak dianggap sebagai profesi, sehingga pemenuhan hak tersebut seringkali hanya didasarkan pada kebajikan atau kemurahan hati majikan. Asisten rumah tangga tidak dianggap sebagai profesi dalam istilah normatif, karena pekerjaan kasar dianggap jauh dari pekerjaan jasa. Padahal, menggambarkan hubungan antara asisten dan pengguna (majikan) jasa pembantu tidak sesederhana hubungan antara buruh dan majikan, seperti dalam

hubungan industri pada umumnya. Pasalnya, hubungan antara asisten dan pengguna layanannya memiliki keistimewaan yang unik dan kompleks. Hubungan antara asisten dan pengguna jasa kebanyakan bersifat kekeluargaan dan seringkali dapat menghancurkan hubungan kerja antara asisten dan pengguna jasa.

Beban kerja dan hak yang sangat besar bagi asisten rumah tangga dengan jam kerja yang tidak terbatas, upah yang sangat rendah, dan tidak ada asuransi kesehatan. Sebagian besar asisten rumah tangga tinggal di rumah tempat mereka bekerja, jadi asisten rumah tangga bekerja dan hidup di depan kamera. Tidak ada garis yang jelas antara kehidupan pribadi dan profesional, menjadikan asisten rumah tangga sebagai pekerjaan kompleks yang membutuhkan investasi waktu, perhatian, energi, dan berbagai keterampilan.

Tabel 2. 1 Jumlah Pengguna Asisten Rumah Tangga

No	Data Jumlah Pengguna Asisten Rumah Tangga	Jumlah Responden	Persentase
1.	Ya	70	77,8%
2.	Tidak	20	22,2%
Total		90	100%

Sumber : penulis, 2023

Berdasarkan survei yang sudah dilakukan kepada 90 responden melalui tabel terhadap minat masyarakat kepada *Living Life* dikota Palembang.

- Data responden berdasarkan jenis kelamin

Data responden yang diperoleh berdasarkan jenis kelamin dibagi menjadi laki-laki dan perempuan.

Tabel 2. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1.	Laki-laki	11	15,7%
2.	Perempuan	59	84,3%
Total		70	100%

Sumber : Penulis, 2023

Berdasarkan hasil di atas, responden minat masyarakat berdasarkan jenis kelamin pada perempuan terdiri dari 59 responden atau sebesar 84,3% dan 11 responden laki-laki atau sebesar 15,7%.

- Data responden berdasarkan pekerjaan

Data responden berdasarkan pekerjaan dibagi menjadi 3 bagian yaitu karyawan swasta, BUMN/PNS, dan wira usaha.

Tabel 2. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Karyawan Swasta	15	21,4%
2	Wira usaha	40	57,1%
3	BUMN/PNS	15	21,4%
Total		70	100%

Sumber : Penulis, 2023

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa golongan responden dalam pekerjaan yang karyawan swasta terdiri dari 15 orang atau 21,4%, responden wira usaha terdiri dari 40 orang atau 57,1%, dan responden BUMN/PNS terdiri dari 15 orang atau 21,4%.

- Data responden berdasarkan umur

Data responden yang diperoleh berdasarkan umur dibagi menjadi 3 yaitu 21-30 tahun, 31-40 tahun dan lebih dari 41 tahun.

Tabel 2. 4 Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase
1	21 - 30 Tahun	20	28,6%
2	31 - 40 Tahun	30	42,9%
3	> 41 Tahun	20	28,6%
Total		70	100%

Sumber : Penulis, 2023

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa responden berdasarkan usia terbagi menjadi tiga yaitu 21-30 tahun, 31-40 tahun, dan lebih dari 41 tahun. Responden yang usia 21-30 tahun terdiri dari 20 responden atau 28,6%, Responden yang usia 31-40 tahun terdiri dari 30 responden atau 42,9%, dan Responden yang usia lebih dari 41 tahun terdiri dari 20 responden atau 28,6%.

- Data Responden berdasarkan pendapatan

Data responden berdasarkan pendapatan terbagi menjadi 4 yaitu kurang dari Rp 7.000.000, Rp 7.000.001- Rp 9.999.999, Rp 10.000.000- Rp 12.999.999, dan lebih besar dari Rp 13.000.000.

Tabel 2. 3 Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan (Rp)	Jumlah Responden	Persentase
1	< 7000.000	10	14,3 %
2	7.000.001 – 9.999.999	20	28,6 %
3	10.000.000 – 12.999.999	31	44,3%
4	> 13.000.000	9	12,9%
Total		70	100%

Sumber : Penulis, 2023

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa responden berdasarkan pendapatan terbagi menjadi 4 yaitu kurang dari Rp 7.000.000 terdiri dari 10 responden atau 14,3%, Rp. 7.000.001 – Rp 9.999.999 terdiri dari 20 responden atau 28,6%, Rp 10.000.000- Rp 12.999.999 terdiri dari 31 responden atau 44,3%, dan lebih dari 13.000.000 terdiri dari 9 responden atau 12,9%.

- Data responden berdasarkan pernah atau tidak pernah mendengar tempat jasa

Data responden yang diperoleh terbagi menjadi 3 dengan jumlah asisten, yaitu 1, 2, dan 3. Berikut merupakan tabel deskripsi data responden berdasarkan jumlah asisten rumah tangga yang digunakan.

Tabel 2. 1 Responden Berdasarkan Jumlah Asisten Rumah Tangga Yang Digunakan

No	Jumlah Asisten Rumah Tangga Yang Digunakan	Jumlah Responden	Persentase
1	1	40	57,1%
2	2	20	28,6%
3	3	10	14,3%
Total		70	100%

Sumber : Penulis, 2023

Berdasarkan data di atas, diketahui responden berdasarkan jumlah asisten rumah tangga yang digunakan terdiri dari 40 orang atau 57,1% pada jumlah 1, terdiri dari 20 orang atau 28,6% pada jumlah 2, dan terdiri dari 10 orang atau 14,3% pada jumlah 3.

- Data responden minat penggunaan jasa *Living Life* apabila berbasis aplikasi

Data responden minat penggunaan jasa *Living Life* apabila berbasis aplikasi, Berikut adalah tabel deskripsi data responden berdasarkan minat penggunaan tersebut :

Tabel 2. 4 Responden Minat Penggunaan Jasa *Living Life* Apabila Berbasis Aplikasi

No	Data Responden Minat Penggunaan Jasa <i>Living Life</i> Apabila Berbasis Aplikasi	Jumlah Responden	Persentase
1	Ya	70	100%
2	Tidak	0	0%
Total		70	100%

Sumber : Penulis, 2023

Berdasarkan data diatas diketahui responden berdasarkan minat penggunaan jasa *Living Life* apabila berbasis aplikasi, Responden yang memilih ya sebanyak 70 responden atau 100%, dan yang memilih tidak sebanyak 0 responden atau sebesar 0%.

- Data responden berdasarkan tipe asisten rumah tangga

Data responden berdasarkan tipe asisten rumah tangga terdiri dari pembantu, satpam, dan supir.

Tabel 2. 5 Responden Berdasarkan Tipe Asisten Rumah Tangga

No	Data Responden Berdasarkan Tipe Asisten Rumah Tangga	Jumlah Responden	Persentase
1	Pembantu	35	50%
2	Supir	20	28,6%
3	Satpam	15	21,4%
Total		70	100%

Sumber : Penulis, 2023

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui responden berdasarkan tipe asisten rumah tangga terdiri dari pembantu, supir, dan satpam. Pembantu terdiri dari 35 responden atau 50%, supir terdiri dari 20 responden atau 28,6%, satpam terdiri dari 15 responden atau 21,4%.

- Data responden berdasarkan kategori usaha

Berdasarkan data responden berdasarkan kategori usaha terbagi menjadi 3 pilihan yaitu harian, bulanan, dan tahunan.

Tabel 2. 6 Responden Berdasarkan Kategori Usaha

No	Kategori Usaha	Jumlah Responden	Persentase
1	Harian	40	57,1%
2	Bulanan	20	28,6%
3	Tahunan	10	14,3%
	Total	70	100%

Sumber : Penulis, 2023

Berdasarkan data di atas diketahui responden berdasarkan kategori usaha terbagi menjadi 3 yaitu harian, bulanan, dan tahunan yaitu harian terdiri dari 40 responden atau 57,1%, bulanan terdiri dari 20 responden atau 28,6%, tahunan terdiri dari 10 responden atau 14,3%.

Berdasarkan seluruh data di atas yang diperoleh dari 90 responden berdasarkan data jumlah pengguna asisten rumah tangga, data diperoleh bahwa seluruh masyarakat memberi tanggapan pernah menggunakan jasa sebesar 77,8% dengan total 70 responden, sebagian besar berjenis kelamin perempuan sebesar 84,3%

dengan umur 31-40 tahun sebesar 42,9% yang memiliki pekerjaan wira usaha sebesar 57,1% dan pendapatan Rp 10.000.000 - Rp 12.999.999 sebesar 44,3% dan jumlah asisten rumah tangga dengan total 1 sebesar 57,1%.Minat penggunaan jasa *Living Life* apabila berbasis aplikasi sebesar 100%.Tipe asisten rumah tangga, yaitu pembantu sebesar 50%.Kategori usaha pada harian sebesar 57,1%.

Jadi, kesimpulan nya adalah *Living Life* cukup diminati oleh hampir seluruh masyarakat kota Palembang, terutama masyarakat di usia 31-40 tahun yang berjenis kelamin perempuan status wira usaha dengan pendapatan Rp. 10.000.000 - Rp. 12.999.999, berjenis pembantu dengan total 1 pada aplikasi dengan harian.

2.2 Visi dan Misi

2.2.1 Visi

Usaha *Living Life* menjadi penyedia jasa asisten rumah tangga yang tepercaya dalam hal keamanan dikota Palembang.

2.2.2 Misi

Misi dari *Living Life* adalah sebagai berikut :

1. Memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan fokus pada kualitas pelayanan dan hasil kerja tenaga kerja kami
2. Memberikan pelatihan kepada tenaga kerja asisten tentang cara memberikan pelayanan yang terbaik supaya mereka dapat menaikkan kualitas diri mereka juga

3. Pelatihan tenaga kerja laki-laki dan wanita tentang deskripsi pekerjaan sesuai pekerjaan yang diambil.
4. Membuat lapangan pekerjaan terutama bagi kaum wanita yang tidak memiliki tingkat pendidikan yang tinggi agar seluruh masyarakat dapat memperoleh penghasilan dan hidup yang layak.

2.2.3 Tujuan

Tujuan jangka panjang perusahaan :

- 1) Melakukan ekspansi tidak hanya di Palembang, melainkan di seluruh Indonesia
- 2) Memiliki gambaran *brand* yang baik dan dipercaya oleh kalangan masyarakat.
- 3) Menjadi solusi bagi masyarakat dalam mengatasi permasalahan asisten rumah tangga yang ada dikota Palembang terkait aman dan tepercaya.

BAB III

GAMBARAN UMUM USAHA

Living Life adalah sebuah bisnis bergerak di bidang asisten rumah tangga berbasis aplikasi. Kegiatan usaha pada *Living Life* akan dilakukan di sebuah rumah yang berlokasi di jalan Aiptu Karel Satsuit Tubun No.856, RT.12/RW.04, 17 Ilir, Kec. Ilir Tim. 1, Kota Palembang, Sumatra Selatan 20125. Tempat ini merupakan tujuan usaha berbentuk rumah 1 pintu, di mana ruangan tamu digunakan sebagai tempat pelatihan asisten rumah tangga jenis satpam, dan lantai dua akan digunakan untuk pelatihan asisten rumah tangga jenis pembantu.



Gambar 3. 1 Lokasi *Living Life*

Karena lokasinya yang strategis, dikelilingi oleh berbagai tempat kerja seperti SD Xaverius 1, Alfamart, SMA Negeri 15 Palembang. Usaha pendukung

juga ada di area lokasi usaha *Living Life* dikota Palembang yaitu : Shimeta, Bimbel Morning. Hal ini dapat menjadi peluang bagi penulis untuk memulai usaha jasa asisten rumah tangga di Palembang. Mendukung beberapa fungsi seperti: waktu kerja yang sibuk dengan hemat biaya serta usaha dapat berjalan lancar dengan bantuan yang disediakan.

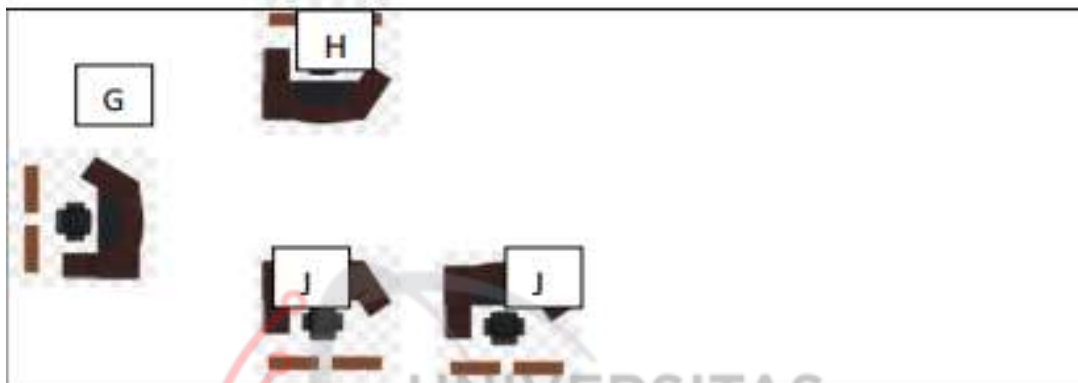
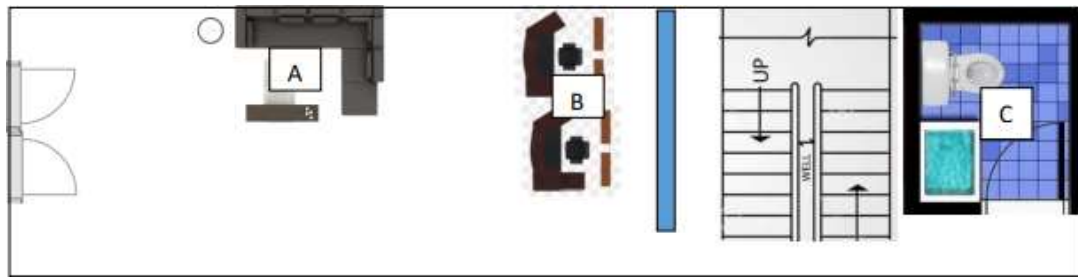
Hal di atas lebih berorientasi pada lingkungan sosial, di mana orang fokus pada kesibukan dengan lingkungan dan membutuhkan tambahan tenaga kerja. Selain itu, *Living Life* juga menyediakan jasa asisten rumah tangga yang bertujuan untuk membantu orang dalam waktu yang sibuk agar meringankan kebutuhan. Jasa *Living Life* adalah perusahaan jasa yang menyediakan asisten rumah tangga yang berkualitas dengan beroperasi di bagian Palembang dan tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan akan berkembang ke seluruh sumatra selatan bahkan seluruh Indonesia. Jasa ini didirikan oleh Andre Paulus dan memiliki kantor yang berlokasi di Aiptu Karel Satsuit Tubun No.856, RT.12/RW.04, 17 Ilir, Kec. Ilir Tim. 1, Kota Palembang, Sumatra Selatan 20125. Nantinya kantor ini akan digunakan sebagai tempat untuk melatih asisten rumah tangga yang baru serta sebagai tempat pendaftaran data klien ke perusahaan.

Perbedaan *Living Life* dengan perusahaan jasa lainnya adalah asisten rumah tangga yang disediakan oleh jasa tidak tinggal bersama dengan klien. Mereka hanya akan bekerja selama 3 jam dalam 1 hari di rumah klien yang meliputi menyapu, mengepel, menyikat WC, mencuci piring, dan mencuci pakaian kotor. Hal ini juga akan membuat klien tidak perlu mengeluarkan biaya yang lebih untuk menanggung kehidupan asisten rumah tangga. Target pasar dari jasa *Living Life* adalah keluarga

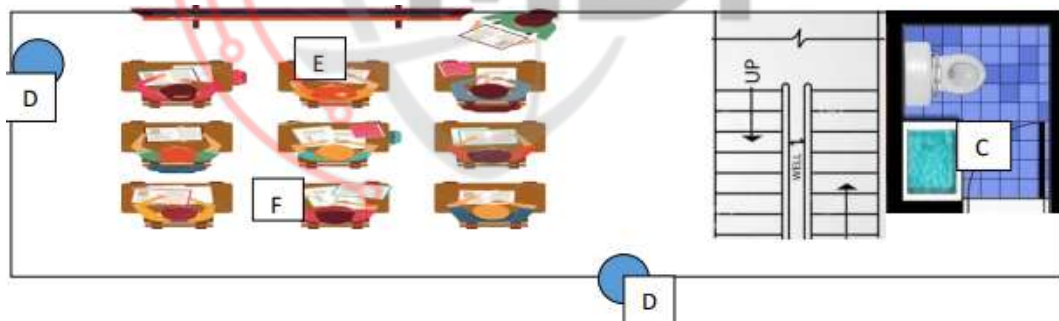
dengan penghasilan menengah ke atas. Maka dari itu target yang akan dituju oleh *Living Life* adalah keluarga yang berdomisili di rumah dengan jumlah keluarga 1-4 orang.

Setiap bisnis pasti memiliki tujuan. Perusahaan tanpa tujuan ibarat sopir yang membawa kendaraan tapi tidak tahu harus ke mana. Sehingga menimbulkan kebingungan dan akhirnya kendaraan yang dia kendarai tidak ke mana-mana. Tujuan dari *Living Life* ini adalah untuk membantu pekerjaan rumah tangga di setiap keluarga agar sang istri dapat bersantai di rumah, sang suami pulang dengan kondisi rumah yang bersih, dan tiap keluarga yang telah menggunakan jasa kami akan dapat melakukan kegiatan keluarga bersama lebih harmonis tanpa harus memikirkan pekerjaan rumah tangga.

Tujuan lain dari *Living Life* adalah untuk menaikkan kesejahteraan rakyat terutama rakyat kecil agar memiliki kesetaraan sosial dan dapat hidup layak. Dengan demikian, angka kriminal di Palembang dapat diturunkan karena *Living Life* berharap angka pengangguran di Palembang dapat berkurang dengan didirikannya usaha bisnis ini. Bidang usaha yang digunakan oleh *Living Life* adalah di bidang jasa penyediaan dan pengiriman tenaga kerja. *Living Life* akan melakukan seleksi dan pelatihan kepada calon tenaga kerja yang melamar menjadi tenaga kerja asisten. Hal ini dilakukan agar menjaga kualitas dan kepercayaan para pelanggan *Living Life* dengan cara menyediakan tenaga kerja asisten yang mempunyai semangat kerja yang tinggi dan rajin serta jujur dalam setiap pekerjaan yang dilakukan.



Gambar 3. 2 Gambar lantai satu



Gambar 3. 3 Gambar lantai dua

A = Tempat duduk klien melakukan konsultasi dengan bagian administrasi

B = Meja, kursi, dan kantor bagian administrasi

C = Toilet

D = Pendingin Ruangan

E = Layar proyektor yang digunakan supervisor untuk melakukan presentasi

F = Tempat duduk asisten rumah tangga pada masa pelatihan

G = Meja kantor owner

H = Meja kantor bagian finance

J = Meja kantor untuk supervisor



Sumber : Penulis, 2023

Gambar 3. 4 Logo Usaha *Living Life*

Living Life memiliki desain berupa rumah beserta peralatan kebersihan yang berarti kerja dalam membantu untuk kebersihan dan kerapian pengguna jasa agar lebih indah sehingga warna biru bisa menjadi gambaran bahwa komunikasi antara pengguna dan asisten rumah tangga menciptakan ketenangan dan selaras dalam hal kesepakatan kerja untuk hasil baik, satpam yang berarti kerja untuk keamanan

pengguna jasa, dan supir yang berarti siap mengantar pengguna jasa ke tempat tujuan sehingga sesuai dengan kesepakatan antara jasa dan konsumen dalam pemilihan asisten rumah tangga.

Seperti yang kita tahu bahwa setiap usaha yang dibuat pasti memiliki pesaing. Cara bagi setiap usaha untuk melawan pesaingnya berbeda-beda. Dalam dunia perekonomian terdapat dua macam persaingan. Persaingan itu disebut *blue ocean* dan *red ocean*. Untuk masing-masing kondisi diperlukan penerapan strategi yang berbeda-beda. Dalam bisnis penyedia jasa tenaga kerja, strategi yang digunakan biasanya adalah strategi *red ocean*. Karena penulis akan memasuki pasar yang sudah ada bukan menciptakan pasar yang baru. Untuk persaingan dalam bisnis ini, kompetitor yang paling terlihat adalah *Go-Clean* dan *Go-Maid*. Untuk masing-masing jasa memiliki keunikannya masing-masing. Seperti *Go-Clean* yang memudahkan pengguna jasa kebersihannya untuk memesan lewat aplikasi *online*. Pelanggan cukup untuk mengisi keterangan pada aplikasi *Go-Clean*. Keterangan tersebut antara lain data dan alamat pemesanan, waktu pemakaian jasa, jenis dan banyaknya ruangan yang ingin dibersihkan, dan berapa tenaga yang diperlukan serta preferensi *gender* petugas yang membersihkan. Untuk tarif yang ditawarkan oleh *Go-Clean* adalah bervariasi dengan kisaran Rp 35.000-Rp 45.000 per jamnya. Paket yang disediakan juga bervariasi seperti petugas yang datang dengan alat pembersih atau menggunakan alat pribadi dari klien, paket kost, paket rumah, dan paket setrika dengan wangi Gold yang hanya mengerjakan setrika dan melipat pakaian. Untuk pemesanan, *Go-Clean* hanya bisa dilakukan pada hari pemakaian jasa, tepatnya waktu pesan jam 00.00-22.00, sedangkan waktu membersihkan pukul

02.00-24.00. Sehingga hal ini membuat klien tidak dapat memesan hari ini untuk dikerjakan besok harinya.

Kemudian untuk pesaing *Go-Maid*, perusahaan ini telah beroperasi di tiga negara yaitu Indonesia, Thailand, dan Vietnam. Jasa yang disediakan juga bervariasi seperti tenaga kerja asisten rumah tangga, suster, tukang masak, tukang kebun, dan supir. Untuk tarif yang ditawarkan oleh *Go-Maid* adalah sebesar Rp 25.000 per dua jam. Tetapi alat kebersihan wajib untuk disediakan oleh klien.

Tenaga kerja yang dimiliki oleh *Go-Maid* adalah tenaga kerja profesional dan berpengalaman. *Go-Maid* juga menggunakan aplikasi *online* yang dapat *download* di *Google Play Store* atau *App Store*. Aplikasi ini digunakan untuk melakukan pemesanan jasa yang diinginkan oleh klien.

Tabel 3. 1 Pesaing *Living Life*

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
<i>Go-Clean</i>	Menggunakan <i>smartphone</i> untuk melakukan pemesanan jasa kebersihan Menyediakan alat kebersihan Terdapat paket untuk luas rumah yang dikerjakan	Tidak bisa melakukan pemesanan untuk hari besok Memerlukan koneksi internet
<i>Go-Maid</i>	Menggunakan tenaga kerja profesional dan berpengalaman Harga yang lebih murah <i>Brand awareness</i> yang sudah menyebar ke empat negara	Harus menyediakan peralatan kebersihan sendiri lemahnya <i>Brand awareness</i> di Indonesia

Sumber : data diolah oleh *Living Life*

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Mujahidin, Ifa Khoirianingrum 2019, *Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) on Zakiyya House Bojonegoro*, <http://bemfe.unimus.ac.id/index.php/2021/04/22/mengenal-segmenting-targeting-dan-positioning-stp-marketing/>
- Aprilia, Bella (2021), *ANALISIS STUDI KELAYAKAN USAHA PERKEBUNAN JERUK BAPAK MUKSIN DI DESA SIMPANGKANAN SUMBEREJO TANGGAMUS TAHUN 2020*. <http://repository.umpri.ac.id/id/eprint/559/>
- Badan Pusat Statistik 2022, *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur (Jiwa), 2019-2021*, Diakses 20 Februari 2022, <https://palembangkota.bps.go.id/indicator/12/36/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur.html>
- Badan Pusat Statistik 2022, *Jumlah Penduduk Palembang (Jiwa), 2019-2021*, Diakses 20 Februari 2022, <https://palembangkota.bps.go.id/indicator/12/167/1/jumlah-penduduk-palembang.html>
- Farida, Nur Lailatul 2020, *Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Unggulan Di Kota Kediri*, Undergraduate (S1) Thesis, IAIN KEDIRI, <http://etheses.iainkediri.ac.id/1704/>
- Indah Wijayanti, Sri 2022, *Sosiolog UI Berpendapat Bahwa Asisten Rumah Tangga Adalah Pekerja Bukan Pembantu*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Kampus UI Depok, <https://fisip.ui.ac.id/sosiolog-ui-berpendapat-bahwa-asisten-rumah-tangga-adalah-pekerja-bukan-pembantu/#>
- Info Publik 2023, *Menanti UU Perlindungan Pekerja Rumah Tangga yang Jadi Prioritas di 2023*, Diakses 03 April 2023, <https://infopublik.id/kategori/sorot-politik-hukum/708519/menanti-uu-perlindungan-pekerja-rumah-tangga-yang-jadi-prioritas-di-2023>

IPEC, *Pembantu Rumah Tangga Anak Seringkali Diperlakukan Tidak Layak*, Diakses 03 Maret 2023, <https://fisipku.tripod.com/ipec/domestik.htm#top>

Irwan Arfin, M. 2022, *Teori Permintaan dan Penawaran*, <https://osf.io/79yc6>

Kabinet Arus Pacuan 2021, *Mengenal Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) Marketing*, <https://media.neliti.com/media/publications/288238-hubungan-antara-segmentasi-demografis-de-351f236e.pdf>

Kawana, Muhammad Andrey 2021, *ANALISIS METODE SPRINGATE SCOREDALAMMEMPERKIRAKAN POTENSI KEBANGKRUTAN PADA PT INDO KORDSA Tbk*. <http://eprints.polsri.ac.id/10565/>

Maulina, Rishna 2022, *4 Metode Analisis Laporan Keuangan, Ini Jenisnya!*, <https://www.jurnal.id/id/blog/analisis-laporan-keuangan-dan-jenisnya/#:~:text=Analisis%20laporan%20keuangan%20adalah%20aktivitas,terdapat%20dalam%20sebuah%20laporan%20keuangan.>

Mayasari, Dwi 2019, *Positioning Program Acara Wedang Ronde Dalam Pengimplementasikan Tagline Pencerahan Bagi Semua*, Skripsi Thesis, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/5008/>

Nirmalah, N. 2021, *Perlindungan Hukum Terhadap Asisten Rumah Tangga Ditinjau Dari Undang-Undang Cipta Kerja*. *Sol Justicia*, 4(2), 194-204, <https://doi.org/10.54816/sj.v4i2.461>

Oke Finance 2022, *Intip Gaji Pembantu Rumah Tangga Tahun 2022 di Sejumlah Wilayah Indonesia*, Diakses 03 April 2023, <https://economy.okezone.com/read/2022/05/10/622/2591764/intip-gaji-pembantu-rumah-tangga-tahun-2022-di-sejumlah-wilayah-indonesia>

Pembantu 2023, *Nikmati kemudahan merekrut pekerja rumah tangga dengan berbagai layanan kami*, Diakses 31 Maret 2023, pembantu.com

Primatyassari, Natasya 2022, *PESTLE analysis: Pengertian, tujuan, manfaat, dan contohnya*, <https://www.ekrut.com/media/pestle-analysis-adalah>

Sari, Eno Indah 2020, *Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Amanzi Waterpark Palembang*, Other thesis, Politeknik Negeri Sriwijaya, <http://eprints.polsri.ac.id/9843/>

