

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Usaha pencucian kendaraan menjadi salah satu peluang bisnis yang menjanjikan dalam menunjang kesejahteraan perekonomian. Usaha ini mulai bermunculan di Cikarang seiring dengan banyaknya penggunaan kendaraan dan juga kebutuhan akan perawatan kendaraan. Proses kerja dari pencucian kendaraan ini dilakukan dengan membilas lalu mencampurkan air dengan sabun dan mengaplikasikan pada permukaan kendaraan lalu terakhir dibilas kembali hingga bersih. Kendaraan roda empat maupun roda dua merupakan alat transportasi yang sering digunakan, dan telah menjadi bagian dari gaya hidup juga untuk memudahkan kebutuhan kegiatan sehari – hari. Persoalannya, membersihkan debu dan noda yang menempel pada kendaraan bisa dibilang cukup mudah, namun tidak semua orang memiliki waktu untuk mencucinya, selain itu meskipun memiliki waktu untuk mencuci kendaraannya, tetapi tidak semua pemilik kendaraan memiliki fasilitas yang memadai. Fariz Carwash merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang jasa cuci kendaraan.

Cuci *steam* adalah sebuah teknik yang digunakan untuk membersihkan kendaraan bermotor baik itu roda empat maupun roda dua. Pencucian mobil juga dapat dilakukan sendiri, atau membawa kendaraan ke tempat cuci. Cuci *steam* merupakan sebuah teknik mencuci mobil dengan penggunaan alat kompresor yang menghasilkan air bertekanan tinggi (Hyundai 2023).

Pada zaman ini dimana kendaraan baik roda empat maupun roda dua merupakan alat transportasi yang banyak digunakan. Maka tak sedikit juga penyedia jasa usaha pencucian untuk kendaraan didirikan, dan dari banyaknya usaha jasa pencucian kendaraan, tak sedikit pula jasa usaha pencucian belum memiliki identitas usahanya masing-masing. Hal tersebut membuat usaha sulit untuk dikenali dan diingat bagi pegawai maupun oleh masyarakat luas. Salah satunya jasa pencucian yang belum memiliki identitas yang jelas, yaitu Fariz Carwash.

Fariz Carwash merupakan sebuah usaha dalam bidang jasa, untuk membersihkan kendaraan bermotor. Yang didirikan sudah lebih dari 13 tahun lalu, tepatnya pada tanggal tiga September 2011. Alasan didirikannya jasa pencucian ini dulunya dikarenakan di daerah ini masih sepi dan belum adanya tempat pencucian kendaraan bermotor, juga Fariz selaku pemilik jasa tempat cuci ini memiliki lahan kosong yang menjadikan Faris berinisiatif untuk membangun jasa pencucian kendaraan tersebut. tidak hanya mencuci kendaraan bermotor roda empat saja, melainkan Fariz Carwash juga mencuci kendaraan roda dua. Permasalahan dimulai dari namanya yaitu “Fariz Carwash” tersebut merujuk kepada kendaraan roda empat “Carwash” yang harusnya menjadi fokus terhadap satu pilihan saja. Penerimaan pencucian kendaraan roda dua membuat nama dan logo dari Fariz Carwash tersebut tidak relevan dengan jasa yang ditawarkan.

Usaha ini dibangun di lingkungan perkampungan yang padat penduduk, yaitu di perkampungan Telagamurni Cikarang Barat, yang terletak di Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Usaha ini adalah hasil inisiatif dari, Faris yang juga menjadi pemilik di balik berjalannya operasional bisnis usaha pencucian. Faris memanfaatkan lahan kosong yang dimiliki pada rumahnya sebagai tempat usaha.

Berdasarkan komunikasi personal dengan pemilik, Faris memiliki keinginan untuk mengembangkan bisnisnya. Meskipun saat ini terbatas pada jasa cuci, tetapi berikutnya ingin mengembangkan usahanya menjadi salon kendaraan. Tentu ini berdampak pada penyesuaian identitas usahanya.

Usaha cuci mobil ini, terletak pada pinggir jalan yang termasuk tempat yang strategis untuk usaha jasa pencucian sendiri, namun Fariz Carwash saat ini belum memiliki identitas tetap menjadikan kekurangan yang bisa dibilang cukup fatal. Identitas usaha sendiri dapat memudahkan pelanggan untuk mengingat tempat usaha yang dimiliki dan tidak tertukar dengan usaha lainnya pada bidang yang sama. *Corporate identity* adalah identitas perusahaan yang berupa simbol, logo, grafis atau lambang lainnya yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan lainnya. Identitas usaha berfungsi untuk menanamkan citra atau *image* perusahaan, juga berfungsi sebagai filosofi organisasi yang terwujud dalam budaya perusahaan yang berbeda. Menurut Kasali (2003),

corporate identity merupakan simbol perusahaan, bisa berbentuk logo perusahaan atau lambang lainnya dengan tujuan agar lebih mudah diingat oleh konsumen serta dijiwai oleh pegawainya. Simbol menjadi hal yang penting bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa untuk menjaga pelayanan, kredibilitas, dan keramahan manusia di dalamnya.

I.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang sudah dijelaskan, maka identifikasi masalah yang didapat adalah sebagai berikut:

- Diperlukan perancangan ulang identitas usaha, dikarenakan adanya rencana penambahan jasa selain pencucian.
- Ketidakselarasan nama usaha dengan jasa yang ditawarkan, yaitu adanya pencucian kendaraan bermotor roda dua, namun usaha tersebut menggunakan kata “*carwash*”.
- Tidak adanya pengaplikasian identitas visual di tempat perusahaan dalam media apapun.

I.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang sudah dijelaskan, maka rumusan masalah yang ditemukan yaitu:

- Bagaimana membangun identitas baru yang dapat menaungi pengembangan bisnis pencucian kendaraan Fariz Carwash dan jasa yang ditawarkan.

I.4. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Berfokus pada perancangan ulang identitas visual untuk Fariz Carwash, yang meliputi elemen logo dan media lainnya. Perancangan ini akan ditetapkan di daerah tempat layanan cuci tersebut berdiri di Desa Telagamurni, Cikarang Barat.

I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan

Perancangan ini memiliki tujuan serta manfaat yang akan membantu usaha Fariz Carwash dalam memperbarui dan meningkatkan citra perusahaannya, yaitu sebagai berikut:

Tujuan yang ingin dicapai dari perancangan ini adalah untuk merancang ulang identitas usaha untuk usaha Fariz carwash dengan membuat identitas yang sesuai sehingga masyarakat dapat mengenali dan mengingat dengan mudah.

I.5.1. Tujuan Perancangan

Berdasarkan tujuan perancangan, perancangan ini memiliki manfaat sebagai berikut:

Tujuan yang ingin dicapai dari perancangan ini adalah untuk menciptakan citra baru dengan adanya identitas usaha yang baru juga penerapan media-media di tempat usaha.

I.5.2. Manfaat Perancangan

- Terancangnya identitas baru, terbuatnya identitas visual yang mengikuti perkembangan usaha
- Menciptakan citra baru, dapat membuat diferensiasi dengan Kompetitor, menargetkan segmen pasar yang baru.

I.5.2.1 Bagi Perusahaan

Dengan adanya perancangan ulang identitas visual diharapkan dapat membantu usaha Fariz carwash membangun kesan dan citra positif pada identitas usaha yang baru yang akan diterapkan.

1.5.2.2. Bagi Masyarakat

Perancangan ulang identitas visual diharapkan memberi kesan positif terhadap masyarakat juga terhadap perusahaan dengan hadirnya identitas yang mudah diingat dan dikenal.