



---

**ANALISA BISNIS MODEL CANVAS PADA USAHA JASA LAYANAN  
KEBERSIHAN FAST CLEAN**  
*CANVAS BUSINESS MODEL ANALYSIS ON FAST CLEAN CLEANING  
SERVICE BUSINESS*

**Lukman Abdul Azizul Hakim<sup>1</sup>, Najla Nazhira Putri Afvin<sup>2</sup>, Rahma Kharisma Putri<sup>3</sup>,  
Dyah Ayu Elsa<sup>4</sup>**

Program Studi Bisnis Digital, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

Jalan Sariasih Nomor 54 Bandung,

**E-Mail:** [Lukmanabdulazizul@ulbi.ac.id](mailto:Lukmanabdulazizul@ulbi.ac.id)\*

---

**Aksioma: Jurnal  
Manajemen**

Vol. 3

No. 1

Halaman 25-30,

Bulan Februari, Tahun 2024

E-ISSN 2828-0997

---

**Abstract**

*Businesses must adapt and innovate quickly because the corporate world is very dynamic. This is especially true for MSMEs, which make up a large share of Indonesia's GDP. The FastClean cleaning app uses digital technology to make ordering and payment easier. In this article, the Business Model Canvas (BMC) is used to build the FastClean business model. The FastClean Business Model offers customizable cleaning services for customers who have busy lifestyles. Professionalism, quality of service, ease of booking, and affordable prices are the advantages offered. FastClean uses a variety of channels, including customer reviews, social media apps, and paid advertising.*

**Keywords:** *FastClean, Business Model Canvas, Cleaning Services*

**Abstrak**

Bisnis harus beradaptasi dan berinovasi dengan cepat karena dunia usaha sangat dinamis. Ini terutama berlaku untuk UMKM, yang merupakan bagian besar dari PDB Indonesia. Aplikasi kebersihan FastClean menggunakan teknologi digital untuk mempermudah pemesanan dan pembayaran. Dalam artikel ini, Business Model Canvas (BMC) digunakan untuk membangun model bisnis FastClean. Model Bisnis FastClean menawarkan layanan kebersihan yang dapat disesuaikan untuk pelanggan yang memiliki gaya hidup sibuk. Profesionalisme, kualitas layanan, kemudahan pemesanan, dan harga terjangkau adalah keuntungan yang ditawarkan. FastClean menggunakan berbagai saluran, termasuk ulasan pelanggan, aplikasi media sosial, dan iklan berbayar.

**Kata Kunci:** FastClean, Bisnis Model Canvas, Layanan Kebersihan

---

**PENDAHULUAN**

Dinamika dunia usaha yang semakin pesat menuntut setiap pelaku bisnis untuk beradaptasi dan berinovasi agar tetap bertahan dan memenangkan persaingan. Hal ini semakin nyata dalam sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang memainkan peran vital dalam perekonomian Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia tercatat sebesar 61,07% pada tahun 2022, menjadi bukti vitalitas sektor ini. Di antara

berbagai jenis UMKM yang berkembang pesat, usaha jasa kebersihan semakin mencuri perhatian. Mengingat meningkatnya kesibukan masyarakat, kebutuhan akan layanan kebersihan profesional pun kian melonjak. Salah satu usaha jasa kebersihan yang akan dibahas adalah "FastClean".

Dalam era digital saat ini, teknologi telah menjadi bagian integral dari berbagai aspek kehidupan kita, termasuk dalam hal layanan kebersihan rumah. Dengan munculnya aplikasi jasa kebersihan online seperti *FastClean*, proses pemesanan dan penyelesaian layanan kebersihan menjadi semakin mudah dan efisien karena dapat dipesan dimana saja dan kapan saja oleh penggunanya. *FastClean* tidak hanya menawarkan layanan pembersihan rumah, kantor, dan bisnis konvensional. Mereka pun memaksimalkan teknologi digital untuk memudahkan pemesanan dan transaksi, menjadikannya pionir digitalisasi dalam segmen ini.

*FastClean* adalah aplikasi yang berpotensi untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam melakukan aktivitas kebersihan rumah. *FastClean* menyediakan berbagai layanan kebersihan, mulai dari membersihkan ruang pribadi, kamar mandi dan bahkan menyediakan peralatan kebersihan. Aplikasi ini juga menawarkan waktu kerja yang fleksibel, memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan jadwal kebersihan sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, *FastClean* juga menawarkan berbagai tarif untuk setiap layanan, memungkinkan pengguna untuk memilih opsi terbaik untuk budget mereka.

Dengan memanfaatkan teknologi digital pada aplikasi *FastClean* membuat hidup konsumen menjadi lebih mudah dan memuaskan saat menggunakan aplikasi *FastClean*. Untuk mendukung pengembangan bisnis *FastClean*, peneliti menggunakan strategi *Business Model Canvas* sebagai panduan untuk menjelaskan ide dan konsep bisnis serta mengimplementasikan pengembangan bisnis *FastClean*. Mengelola bisnis memerlukan penggunaan strategi, sistem, dan teknik untuk memastikan bahwa karyawan bekerja secara efisien dan memenuhi tujuan perusahaan. *Business Model Canvas* adalah pendekatan bisnis yang umum digunakan dan sangat sukses secara empiris. Terdapat 9 (sembilan) elemen blok bangunan dasar yang terdiri dari customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure dalam Model Bisnis Kanvas yang mampu mengubah konsep bisnis yang rumit menjadi sederhana dan mudah dipahami (Osterwalder & Pigneur, 2019) dalam (Hambali & Andarini, 2021)

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena manusia atau sosial dengan menghasilkan gambaran yang luas dan kompleks yang dapat dikomunikasikan dan dilaporkan. pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah (Walidin, Saifullah & Tabrani, 2015: 77) dalam (Fadli, 2021) Seluruh aktivitas bisnis *FastClean* tercakup dalam data internal yang bersifat kualitatif.

### Teknik Analisis Data

Jurnal ini dibuat dengan menganalisis data *Business Model Canvas* (BMC). *Business Model Canvas* (BMC) adalah alat visual yang digunakan untuk merancang dan mengkomunikasikan model bisnis. BMC ini dirancang dalam bentuk sebuah kerangka kerja yang berisi sembilan elemen penting dari model bisnis suatu perusahaan, yaitu: *Customer Segment*, *Value Propositions*, *Channel*, *Customer Relationship*, *Revenue Streams*, *Key Activities*, *Key Resources*, *Key Partners*, *Cost Structure*. Dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) yang mencakup sembilan elemen., peneliti dapat memvisualisasikan hasil datanya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pendataan bisnis *FastClean* yang disertai dengan *Business Model Canvas*, berikut uraian model bisnis *FastClean* dengan menggunakan konsep BMC dan bagaimana *Business Model Canvas* dapat digunakan untuk mempercepat pengembangan bisnis:

### 1. Customer Segments

Customer Segments menggambarkan sekelompok individu atau kelompok yang ingin dihubungi atau dilayani oleh perusahaan. Semua model bisnis bergantung pada pelanggan. Perusahaan tidak dapat bertahan lama tanpa pelanggan yang menghasilkan keuntungan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, Mereka dapat dikategorikan oleh bisnis berdasarkan kesamaan perilaku, kebutuhan, atau karakteristik lainnya. (Warnaningtyas, 2020).

Customer segments bisnis *FastClean* adalah orang-orang dengan gaya hidup sibuk seperti pekerja, mahasiswa, ibu rumah tangga, serta masyarakat menengah ke atas. Cara bisnis *FastClean* menggunakan elemen ini untuk meningkatkan bisnisnya adalah *FastClean* memiliki database konsumen, sehingga dapat mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen. Cara ini juga bisa digunakan untuk mendekati diri dengan konsumen.

### 2. Value Propositions

*Value Proposition* adalah manfaat yang diberikan oleh usaha bisnis untuk melayani pelanggan dalam segmen pasar tertentu. Tentu saja, segmen pelanggan yang telah disaring dan dipilih ditentukan oleh dan sebaliknya. *Value Propositions* harus jelas, ringkas, dan menarik bagi target pelanggan. (Aliwinoto et al., 2022). *Value propositions* dari bisnis *FastClean* yaitu: menyediakan pekerja-pekerja yang profesional dibidangnya untuk memberikan kepuasan layanan kepada konsumen, kualitas layanan yang terjamin, kemudahan dalam proses pemesanan dan transaksi yang dapat dipesan dimana saja dan kapan saja, menyediakan layanan GPS yang akurat, menyediakan layanan dengan harga yang terjangkau, serta memberikan layanan full selama 24 jam setiap harinya. Cara meningkatkan bisnis *FastClean* menggunakan elemen ini yaitu, *FastClean* harus meninjau tren pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mendengarkan ulasan-ulasan konsumen untuk meningkatkan kualitas bisnis *FastClean*.

### 3. Channels

*Channels* adalah saluran atau metode yang digunakan untuk mengirim pesan atau informasi dari produsen ke konsumen. Dalam konteks marketing dan penjualan, *channels* merujuk pada berbagai *platform* atau media yang digunakan untuk mencapai dan berinteraksi dengan audiens target. Channels dalam bisnis *FastClean* yaitu menggunakan aplikasi *FastClean*, *media social*, iklan berbayar, dan *words of mouth* (bentuk kepuasan pelanggan dan menyarankan atau mengajak orang lain untuk menggunakan aplikasi *FastClean*). Cara meningkatkan elemen ini, *FastClean* bisa menjalin kerjasama dengan beberapa *platform* terkenal seperti Google dan TikTok.

### 4. Customer Relationships

*Customer Relationship* merujuk pada bagian dari model bisnis yang menjelaskan bagaimana suatu perusahaan berinteraksi dengan konsumennya. Ini mencakup strategi dan taktik yang digunakan untuk mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan konsumen, serta bagaimana perusahaan mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada konsumen. *Customer relationships* dalam *FastClean* yaitu: promo potongan harga bagi yang membagikan kode referral aplikasi *FastClean* (mengajak orang lain untuk menggunakan aplikasi *FastClean*), free layanan bagi pelanggan yang sudah menggunakan layanan sebanyak 8x, promo diskon pada tanggal cantik dan membership. Faktor kunci yang memungkinkan *FastClean* memanfaatkan elemen ini mencakup visi yang jelas, komunikasi yang efektif, kehadiran dan koneksi media sosial, menghargai pelanggan, penyelesaian keluhan yang tepat waktu bagi pemilik perusahaan, dan strategi pemasaran konten yang efektif.

### 5. Revenue Streams

*Revenue streams* merujuk pada berbagai cara yang dimana suatu perusahaan menghasilkan

pendapatan. Mencakup penjualan produk atau jasa, tarif layanan, dan berbagai cara lainnya. Revenue streams sangat penting karena menentukan apa yang akan diprioritaskan dalam proses bisnis dan bagaimana perusahaan akan mendapatkan uang dari pelanggan. *Revenue Streams FastClean* yaitu biaya berlangganan (Membership) dan biaya jasa pembersih (jenis layanan, ukuran ruangan dan lokasi atau jarak tempuh).

6. *Key Resources*

*Key Resources* merujuk pada aset utama yang perusahaan butuhkan untuk menciptakan dan menyediakan nilai kepada pelanggan. Mencakup berbagai jenis sumber daya seperti *physical, human resources, financial, dan intellectual*. *Key resources* ini sangat penting karena mereka menentukan bagaimana perusahaan akan mencapai tujuannya dan mencapai manfaatnya. Terdapat *Key Resource FastClean* yang digunakan adalah *physical* yaitu berupa perusahaan *FastClean* dan peralatan kebersihan yang canggih dan banyak, *human resources* yaitu berupa karyawan kebersihan dan staff yang termasuk kedalam SDM yang digunakan *FastClean*, terdapat juga bagian *financial* yang berasal dari dana investor, dan terakhir jenis *intellectual* yang digunakan *FastClean* yaitu skill pekerja, aplikasi *FastClean, Google Maps, dan Infrastruktur Server*. Cara meningkatkan elemen ini yaitu *FastClean* harus update secara berkala mulai dari fitur-fitur hingga layanan yang disediakan. Dari empat jenis yang sudah disebutkan maka *FastClean* merupakan usaha yang sudah dapat berkembang dengan lebih luas dan menjangkau konsumen dari berbagai wilayah dan dapat memperluas segmen yang dituju.

7. *Key Activities*

*Key Activities* merujuk pada tugas atau aktivitas yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan bisnisnya. Aktivitas-aktivitas ini biasanya melibatkan penciptaan produk, penjualan produk, dan layanan pelanggan. *Key Activities FastClean* yaitu: memberikan layanan bersih-bersih, menjaga kualitas pekerja dalam tim, pemeliharaan dan upgrade server, aplikasi dan database. Cara meningkatkan elemen ini yaitu harus bisa mendalami kekurangan maupun kelebihan yang bisa dijadikan gambaran untuk bisa meningkatkan *Key Activities*.

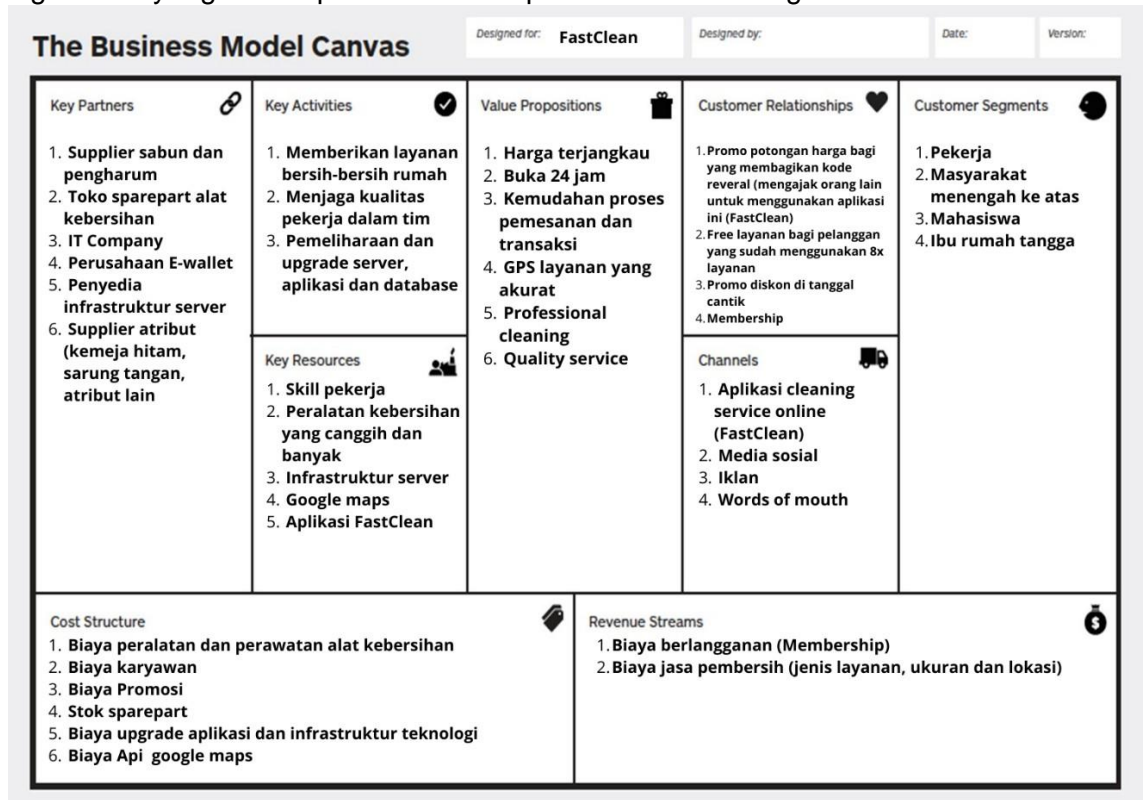
8. *Key Partnership*

*Key Partnership* merujuk pada hubungan yang dimiliki oleh perusahaan dengan entitas lain yang membantu model bisnis berjalan. Hubungan ini dapat berupa hubungan dengan pemasok, produsen, atau mitra bisnis lainnya. *Key Partnership FastClean* yaitu: supplier sabun dan pengharum, toko sparepart alat kebersihan, IT Company, perusahaan e-wallet, penyedia infrastruktur server, dan supplier atribut (kemeja hitam, sarung tangan serta atribut lainnya). Cara meningkatkan elemen ini adalah dengan cara memperluas koneksi *partnership* yang bisa diajak kerjasama secara lebih baik lagi dalam bisnis *FastClean*.

9. *Cost Structure*

*Cost Structure* merujuk pada total biaya yang dikeluarkan oleh suatu bisnis untuk operasionalnya. merupakan semua operasi bisnis yang membutuhkan banyak biaya untuk menjalankan bisnis (Wardhana, 2014) dalam (Sukarno & Ahsan, 2021) Mencakup semua biaya yang terkait dengan aktivitas bisnis, termasuk sumber daya manusia, infrastruktur, dan biaya yang terkait dengan semua aktivitas serta penyediaan melalui kemitraan kunci. Dalam *FastClean* memiliki *cost structure* yaitu berupa biaya peralatandan perawatan alat kebersihan, biaya karyawan, biaya promosi, stok sparepart, biaya upgrade aplikasi dan infrastruktur teknologi, serta biaya API google maps. Cara untuk memperbaiki faktor tersebut adalah dengan mengelola keuangan secara lebih terstruktur sehingga tidak terjadi pengeluaran-

pengeluaran yang tidak diperlukan di luar perencanaan keuangan *FastClean*.



Gambar 1. 1 Gambar Business Model Canvas Aplikasi FastClean

## KESIMPULAN

Bagian ini ditulis dalam bentuk narasi (tidak menggunakan point), dan berisi tentang kesimpulan dari inti temuan dalam penelitian. Selain itu juga dapat diungkapkan kelemahan penelitian yang merupakan kekurangan yang dijumpai peneliti pada saat melaksanakan riset. Di Bagian ini perlu juga diuraikan tentang kontribusi penelitian dan peluang untuk peneliti selanjutnya.

*FastClean* adalah sebuah usaha mikro kecil menengah yang bergerak di bidang jasa kebersihan. Berdasarkan analisis *Business Model Canvas*, dapat disimpulkan bahwa *FastClean* memiliki beberapa keunggulan seperti fokus pada pelayanan pelanggan, penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi, dan kerja sama dengan mitra strategis. Namun, *FastClean* juga memiliki beberapa tantangan seperti persaingan yang ketat di industri jasa kebersihan dan ketergantungan pada tenaga kerja yang terampil. Oleh karena itu, *FastClean* perlu terus mengembangkan strategi untuk mempertahankan keunggulan dan mengatasi tantangan yang dihadapi.

Berdasarkan analisis *Business Model Canvas*, beberapa saran untuk pengembangan usaha mikro kecil menengah *FastClean* dapat meliputi:

1. Pengembangan Kemitraan:  
 FastClean dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan kemitraan dengan pemasok bahan pembersih atau peralatan kebersihan untuk memastikan pasokan yang handal dan harga yang kompetitif.
2. Diversifikasi Layanan:  
 Selain layanan kebersihan biasa, FastClean dapat mempertimbangkan untuk menawarkan layanan tambahan seperti perawatan taman, cuci gudang, atau layanan pembersihan khusus untuk menarik pelanggan baru dan memperluas pangsa pasar.
3. Pemanfaatan Teknologi:  
 FastClean dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan aplikasi seluler untuk

pemesanan layanan, manajemen jadwal, dan pembayaran untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan dan efisiensi operasional.

4. Pengembangan Model Bisnis Berkelanjutan:

FastClean dapat mempertimbangkan untuk mengadopsi model bisnis berkelanjutan, seperti pembersihan ramah lingkungan atau penggunaan bahan pembersih organik, untuk menarik pelanggan yang peduli lingkungan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aliwinoto, C., Hedyani, M., & Malinda, M. (2022). Analisis Business Model Canvas Usaha Mikro Kecil Menengah Toko Jif Bandung, Indonesia. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, 173–182. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.35>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Hambali, A., & Andarini, S. (2021). Journal of Applied Business Administration PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS ( BMC ) DAN SWOT ANALYSIS. *Polibatam*, September, 131–142.
- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(2), 51–61. <https://doi.org/10.15642/manova.v4i2.456>
- Warnaningtyas, H. (2020). Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun. *EKOMAKS : Jurnal Manajemen, Ilmu Ekonomi Kreatif Dan Bisnis*, 9(79), 52–65. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/2708>