

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketika kondisi ekonomi suatu negara terus membaik dari waktu ke waktu, negara tersebut dikatakan mengalami pertumbuhan ekonomi. Dari sini dapat melihat aspek dinamis dari suatu perekonomian, yaitu melihat bagaimana suatu perekonomian berkembang atau berubah dari waktu ke waktu. Tekanannya pada perubahan atau perkembangan itu sendiri (Rosyda, 2021).

Industri carwash di Indonesia, khususnya di kota-kota besar seperti Medan, mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan ini sejalan dengan meningkatnya jumlah kendaraan bermotor di jalan raya, yang menciptakan permintaan yang tinggi akan layanan cuci mobil. Menurut data dari GAIKINDO (gabungan kendaraan bermotor Indonesia) dan BPS (Badan Pusat Statistik). Total volume penjualan mobil baru di Indonesia sepanjang tahun 2024 mencapai 865.723 unit.. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat yang membutuhkan layanan carwash untuk menjaga kebersihan dan perawatan kendaraan mereka.

Di tengah pertumbuhan ini, persaingan di sektor usaha carwash juga semakin ketat. Banyak pelaku usaha baru yang bermunculan, menawarkan berbagai layanan dengan harga yang bervariasi. Fenomena ini menciptakan tantangan bagi usaha carwash yang sudah ada untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru. Dalam konteks ini, kreativitas dan inovasi menjadi kunci untuk membedakan diri dari kompetitor. Usaha carwash yang mampu

menawarkan layanan unik, seperti cuci mobil dengan sistem self-service atau penggunaan produk ramah lingkungan, cenderung lebih berhasil dalam menarik perhatian konsumen. Kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kebersihan kendaraan semakin meningkat. Hal ini mendorong permintaan akan layanan carwash yang tidak hanya menawarkan kebersihan, tetapi juga perlindungan terhadap kesehatan. Usaha carwash yang mampu memenuhi kebutuhan ini berpotensi untuk menarik segmen pasar yang lebih besar (Kontan, 2025).

Berdasarkan observasi awal peneliti lakukan di Kota Medan memiliki 21 kecamatan dimana masing-masing kecamatan tersedia layanan carwash yang terdeteksi berjumlah 103 carwash yang tersebar di 21 kecamatan di Medan. Masing-masing carwash menawarkan layanan yang berbeda-beda tetapi tergantung permintaan konsumen, ada beberapa carwash yang menawarkan *premium carwash, detailing, coating etc.* Jumlah ini menunjukkan bahwa bisnis carwash merupakan salah satu sektor usaha yang berkembang dan memiliki daya saing yang cukup tinggi di wilayah ini. Sebaran usaha carwash yang merata di berbagai kecamatan juga mencerminkan tingginya permintaan masyarakat terhadap layanan ini, seiring dengan meningkatnya jumlah kendaraan bermotor. Dengan demikian, temuan ini memberikan landasan untuk penyelidikan lebih lanjut mengenai elemen-elemen seperti strategi penetapan harga, inovasi, dan bentuk-bentuk kreativitas lainnya yang memengaruhi kemakmuran bisnis pencucian mobil.



Gambar I. 1 Carwash Medan Johor

Sumber : Hasil Observasi

Keberhasilan usaha adalah kondisi yang meningkatkan kemajuan suatu tujuan dalam suatu aktivitas, yang diukur dengan volume bisnis, aset bersih, dan pendapatan bersih. Berdasarkan pengertian tersebut, keberhasilan usaha dapat dipahami sebagai proses pengerahan tenaga dan pikiran untuk membawa perubahan atau kemajuan yang positif, baik secara kualitatif maupun kuantitatif, sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan (Ayu & Zulkarnaen, 2019).

Kreativitas adalah kemampuan untuk berpikir kreatif tentang suatu produk atau proses yang berguna, jelas, akurat untuk berpikir dan bermanfaat terhadap tugas yang sifatnya lebih heuristik, khususnya sebuah dokumen instruksional singkat yang akan membantu kita dalam mempelajari, memahami, dan menghafal materi baru (Azizah et al., 2017).

Inovasi sendiri yakni mengkreasikan sesuatu yang baru ke produk ataupun proses yang sudah ada. Produk dan proses yang dibangun dari awal dan berjalan dengan lancar dapat menjadi lebih baik dengan inovasi dan keserbagunaan. Inovasi adalah memanfaatkan ide-ide baru dengan baik. Setiap inovasi dimulai dengan ide kreatif (Gohae, 2021).

Harga juga menjadi faktor penting dalam strategi pemasaran. Dengan banyaknya pilihan yang tersedia, pelanggan cenderung membandingkan harga dan kualitas layanan sebelum memutuskan untuk menggunakan jasa carwash tertentu. Oleh karena itu, agar usaha cuci mobil berhasil di pasaran, mereka perlu menyeimbangkan antara menawarkan harga rendah dan kualitas tinggi. Nilai moneter yang diperdagangkan untuk suatu produk atau layanan dikenal sebagai harganya. Selain itu, pelanggan membayar sejumlah uang tertentu sebagai imbalan atas keuntungan dari suatu produk atau layanan (Firdaus & Mulyono, 2023).

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang “ Pengaruh Kreativitas, Inovasi Dan Harga Terhadap Keberhasilan Usaha Carwash Di Kota Medan Sumatera Utara ”

1.2 Rumusan Masalah

Pernyataan masalah penelitian ini didasarkan pada latar belakang yang telah disebutkan sebelumnya:

1. Apakah pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha carwash di kota Medan Sumatera Utara?

2. Apakah pengaruh inovasi terhadap keberhasilan usaha carwash di kota Medan Sumatera Utara?
3. Apakah pengaruh harga terhadap keberhasilan usaha carwash di kota Medan Sumatera Utara?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan utama, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha carwash di kota Medan Sumatera Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap keberhasilan usaha carwash di kota Medan Sumatera Utara.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keberhasilan usaha carwash di kota Medan Sumatera Utara.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai manfaat, baik segi teoritis maupun praktis. Manfaat teoritis merupakan manfaat jangka panjang dalam pengembangan teori pembelajaran, sedangkan manfaat praktis memberikan dampak secara langsung terhadap komponen-komponen pembelajaran. Manfaat teoritis dan manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan informasi lebih. Terutama berkaitan dengan kreativitas, inovasi dan harga terhadap keberhasilan usaha *carwash* di Kota Medan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Kelompok-kelompok berikut ini akan memperoleh manfaat praktis dari studi ini:

1. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan dan pemahaman penulis tentang pentingnya pengaruh kreativitas, inovasi, dan harga terhadap keberhasilan pelaku usaha carwash di Kota Medan.

2. Bagi Akademis

Peneliti mengantisipasi bahwa temuan studi ini akan mengarah pada pemahaman, keahlian, dan data lebih lanjut seputar hal tersebut. pengaruh kreativitas, inovasi, dan harga terhadap keberhasilan pelaku usaha carwash di Kota Medan.