**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Ide Bisnis**

Melihat pada perkembangan zaman sekarang ini, makin banyak orang yang disibukkan dengan kegiatan-kegiatan mereka. Maka dari itu banyak orang yang kurang memerhatikan penampilan mereka untuk menunjang kegiatan mereka sehari-harinya, bukan karena mereka tidak ingin terlihat rapih dan baik, tetapi kesibukan mereka dalam kegiatan-kegiatan pekerjaan atau hal lainnya. Sehingga waktu sangatlah penting bagi masyarakat pada zaman sekarang ini, dengan kesibukan orang-orang, maka memicu beberapa faktor yang penting, yaitu hal-hal instan dan ekonomis.

Pada zaman ini bukan hanya perempuan saja yang memerhatikan penampilan, tetapi dari kalangan pria juga memerhatikan penampilan mereka untuk terlihat lebih rapih untuk menunjang aktivitas-aktivitas mereka sehari-hari. Kegiatan orang kantoran yang selalu disibukkan dengan pekerjaan mereka serta juga mereka memerlukan penampilan yang baik untuk terlihat *professional*, dari kalangan anak-anak muda jaman sekarang ini yang ingin terlihat keren dan menonjol dari yang lainnya dengan *budget* yang masuk di kantong mereka.

Maka dapat disimpulkan bahwa penampilan merupakan hal yang sangatlah penting pada zaman sekarang ini, dan dari situlah muncul peluang bisnis yang berkaitan dengan kebutuhan yang menunjang penampilan baik dan rapih tetapi memiliki *specialization* untuk kalangan pria yaitu *barbershop*.

Melihat peluang bisnis yang menjanjikan karena kebutuhan pria pada saat ini yang sangat memerhatikan penampilan mereka dan adanya peluang di lokasi yang akan dijadikan tempat usaha berdiri masih memiliki pesaing *barbershop* yang sedikit, sehingga lokasi tempat usaha juga merupakan hal yang penting untuk menunjang kemajuan bisnis kedepannya. Penulis memilih untuk membuka usaha di daerah Cibubur, yang merupakan daerah padat penduduk yang merupakan peluang bisnis yang baik. Serta Penulis memilih nama *Fresco* *Barbershop*, karena *Fresco* yang diambil dari kata bahasa *Itali* yang artinya “keren”, Penulis memiliki maksud dari kata itu untuk setiap hasil potongan rambut menghasilkan hasil yang terbaik dan sesuai dengan keinginan pelanggan.

1. **Gambaran Usaha**

Gambaran usaha merupakan hal yang sangat penting, karena menjelaskan deskripsi usaha yang akan didirikan dan dijalankan untuk dikembangkan menjadi usaha yang bertumbuh dengan baik. Maka dari itu gambaran usaha harus memberikan penjelasan yang sebaik-baiknya untuk mempersiapkan segala sesuatu sebelum usaha dijalankan, sehingga dapat mengetahui kelayakan bisnis yang akan didirikan agar bisnis dapat memberikan keuntungan semaksimal mungkin. Gambaran usaha juga harus menunjukkan bagaimana usaha akan dijalankan sehingga visi,misi dan tujuan dapat tercapai, dimana ketiga hal tersebut harus ditetapkan terlebih dahulu sebelum bisnis didirikan.

* + - 1. **Visi**

Visi adalah pandangan jauh tentang suatu perusahaan ataupun lembaga dan lain-lain, visi juga dapat di artikan sebagai tujuan perusahaan atau lembaga dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuannya tersebut pada masa yang akan datang atau masa depan. Visi tidak dapat dituliskan secara lebih jelas karena menerangkan mengenai detail gambaran sistem yang di tujunya, ini disebabkan perubahan ilmu serta situasi yang sulit diprediksi selama masa yang panjang*.* Dalam membuat visi harus memiliki beberapa unsur persyaratan visi, antara lain:

* + - * 1. Visi harus berorientasi ke masa yang akan datang;
				2. Kreativitas yang ditonjolkan;
				3. Tidak berdasarkan kondisi saat ini;
				4. Berdasarkan pada prinsip yang mengandung penghargaan bagi masyarakat.

Maka dari itu visi dari *Fresco* *Barbeshop* adalah sebagai berikut:

“Menjadi *barbershop* dengan **pelayanan** yang memuaskan konsumen dan **terkenal** di kalangan pria sebagai *barbershop* dengan **kualitas** yang selalu dijaga dengan baik”.

* **Pelayanan**  : Memberikan kebutuhan pelanggan *barbershop* dengan sebaik-baiknya melalui perilaku yang ramah dan mendengarkan kebutuhan pelanggan yang berkaitan dengan kegiatan bisnis *barbershop* dan hasil yang diberikan melebihi ekspetasi *customer* atau pelanggan.
* **Terkenal** : *Barbershop* yang dikenal oleh seluruh ikatan atau organisasi *barbershop* di Indonesia serta masyarakat Indonesia yang mengerti *barbershop* yang berkompeten.
* **Kualitas** : “*Quality* *over* *quantity*” yang berarti kualitas lebih penting dibandingkan kuantitas, sehingga *Fresco* *Barbershop* selalu menjaga kualitas pelayanan maupun dari kualitas produk-produk yang dijual dan digunakan.

Berikut adalah skema perencanaan bisnis *Fresco Barbershop* dalam 6 tahun:

**Gambar 1.1**

**Skema Tahap Pencapaian *Fresco Barbershop* 2020-2026**

**Tahap 3**

**2024-2026**

**Tahap 2**

**2022-2024**

**Membuka franchise-franchise di kota-kota besar Indonesia, dan aktif ikut serta dalam ikatan *barbershop* Indonesia**

**Sudah bekerjasama dengan aplikasi online dan dikenal di kota-kota besar Indonesia**

**Tahap 1**

**2020-2022**

***Barbershop* pilihan utama pelanggan di Cibubur**

Sumber: *Fresco Barbershop*, 2019

**Tabel 1.1**

**Skema Tahap Pencapaian *Fresco Barbershop* 2020-2026**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Visi** | **Tahun 2020-2022** | **Tahun 2022-2024** | **Tahun 2024-2026** |
| **Pelayanan****Terkenal****Kualitas** | Membuat *bundling* promo yang membuat *customer* terikat jangka panjang, seperti adanya kartu member, dan mendapat diskon jika membawa teman untuk potong rambut | Banyak mengikuti *event barbershop* di Indonesia, seperti seminar *barber*, kompetisi *barber* dan adanya *expo* yang berkaitan dengan *barbershop* | Membuka *Franchise* di kota-kota besar Indonesia, dengan *training* *barber* yang ketat agar kualitas *Fresco Barbershop* tetap terjaga |
| **Visi** | **Tahun 2020-2022** | **Tahun 2022-2024** | **Tahun 2024-2026** |
|  | Pelayanan maksimal oleh karyawan *barbershop* dengan *barber* yang ramah dan aktif berkomunikasi dengan *customer* | Kerjasama dengan pebisnis *pomade* (*hair product*)lokal, untuk membuat *promo* menarik seperti adanya produk *pomade* kerjasama dengan *Fresco Barbershop* | Mendirikan *Barbershop* dengan menggabungkan *Coffeshop* dan Gerai *Vapor* menjadi satu tempat, memperluas pasar sehingga jika *customer* membawa keluarga/ teman tetap bisa menunggu dengan tidak bosan di *barbeshop* |
| Adanya akun *media sosial* *barbershop* yang aktif, sehingga *customer* dapat tetap mengetahui *event* yang ada di gerai *barbershop* |
| Bekerjasama dengan aplikasi Minutes, yang merupakan aplikasi khusus untuk *barbershop* | Bekerjasama dengan GO-JEK dan GRAB untuk pengiriman produk rambut pria dan produk *grooming* pria | Mengadakan acara Customer Gathering, seperti NOBAR (NOnton Bareng *bARbershop*) yang dinilai bisa menjalin hubungan jangka panjang dengan *customer* sekitar lokasi usaha |

Sumber: *Fresco Barbershop*, 2019

* + - 1. **Misi**

Sebuah misi berbeda dengan visi, dimana misi merupakan penyebab dan visi adalah efek dari penyebab tersebut. Misi adalah sesuatu yang harus dicapai, sedangkan visi merupakan sesuatu yang harus dikejar untuk mencapai apa yang dimaksud dalam misi tersebut.

Maka dari itu misi dari *Fresco* *Barbershop* adalah sebagai berikut:

* + - * 1. Memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin.
				2. Mengikuti *trend* model potongan rambut yang sedang diminati konsumen.
				3. Memiliki harga yang terjangkau bagi semua kalangan.
				4. Selalu berinovasi dalam memberikan promo-promo yang menarik maupun strategi bisnis yang baik bagi kelangsungan usaha.
			1. **Tujuan Perusahaan**

Tujuan perusahaan sangat penting sebelum mendirikan sebuah perusahaan sehingga perumusan visi dan misi perusahaan harus dilakukan dengan sebaik-baiknya. Sehingga tujuan perusahaan berisikan tentang komitmen beserta resikonya, serta menggambarkan arah perusahaan dengan jelas, dalam merumuskannya tujuan harus memberikan ukuran yang lebih spesifik.

Tujuan sendiri terbagi menjadi dua jenis, yaitu tujuan jangka panjang (*Long-term objectives*) dan tujuan jangka pendek (*Short-term objectives*).

* 1. Tujuan Jangka Panjang (*Long-term objectives*)

Tujuan jangka panjang (*Long-term objectives*) merupakan pernyataan dari hasil yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu yang umumnya lebih dari 2 tahun atau lebih. Tujuan jangka panjang dari *Fresco Barbershop* adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.2**

**Tujuan Jangka Panjang *Fresco Barbershop***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Tujuan** | **Agenda** | **Target Pencapaian** |
| 1 | Membuka *franchise* di kota-kota besar Indonesia | Bekerjasama dengan pebisnis *barbershop* yang berada dalam Indonesia Barbershop Association(IBA) | Tahun 2024-2026 |
| 2 | Menjadi *barbershop* terbesar di Cibubur | Mengembangkan Gerai *Coffeshop* dan Gerai *Vapor* menjadi satu tempat yang sama, dalam satu nama usaha yaitu *Fresco Place* | Tahun 2023-2026 |

Sumber: *Fresco Barbershop*, 2019

* 1. Tujuan Jangka Pendek (*Short-term objectives*)

Tujuan jangka pendek merupakan suatu pernyataan yang ingin dicapai pada periode yang lebih singkat, sehingga tujuan jangka pendek harus diraih terlebih dahulu agar tercapainya tujuan jangka panjang di periode-periode rencana pencapaian. Tujuan jangka pendek dari *Fresco Barbershop* adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.3**

**Tujuan Jangka Pendek *Fresco Barbershop***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Tujuan** | **Agenda** | **Target Pencapaian** |
| 1 | Promo-promo tiap bulannya | Aktif mempromosikan promo atau *event* di media sosial *barbershop* | Tiap bulannya setidaknya memiliki satu promo |
| 2 | Pendapatan tiap bulannya meningkat | Melakukan promosi yang menarik, dan pada saat melayani *customer* dilakukan dengan ramah dan menjalin hubungan yang baik dengan *customer* melalui obrolan pada saat memangkas rambut | Akan dievaluasi setiap bulannya agar dapat memantau tingkat pendapatan *barbershop* |

Sumber: *Fresco Barbershop*, 2019

*Fresco* *Barbershop* adalah sebuah usaha jasa gunting rambut yang dikhususkan untuk kalangan pria yang biasa disebut *barbershop*. *Fresco* *Barbershop* yang memberikan harga yang terjangkau dan pelayanan yang terbaik. Pelayanan cuci rambut sebelum rambut dipangkas, dan juga pijat setelah selesai pangkas, merupakan hal dasar yang didapat saat memotong di *Fresco* *barbershop* dan adanya *AC*, *TV* dan *free* *wifi* pada *barbershop* yang akan membuat nyaman pelanggan yang sedang menunggu maupun sedang memotong rambutnya di *barbershop.* Durasi pangkas rambut yang lebih singkat merupakan hal penting juga bagi *barbershop* ini, serta juga model potongan rambut yang lebih *update*.

*Fresco Barbershop* berlokasi di Jl. Alternatif Cibubur No.30, Cibubur, Jakarta Timur yang berada pada kawasan komplek ruko depan Perumahan Citra Gran yang ramai dengan penduduk. Promosi *Fresco Barbershop* dilakukan melalui media sosial seperti, *Instagram* dan *line*, yang dimana hampir seluruh masyarakat memiliki media sosial sehingga mudah sekali dalam mendapatkan informasi. Adapun kerjasama yang dilakukan dengan aplikasi *online* seperti *Minutes,* merupakan aplikasi yang menghubungkan *customer* dengan *barbershop*, dimana pelanggan cukup melakukan *booking* potong rambut melalui aplikasi tersebut dengan informasi *barber* yang tersedia di *barbershop*.

1. **Besarnya Peluang Bisnis**

Pria modern sekarang ini lebih memilih *barbershop* untuk mengurus semua kebutuhan rambutnya, selain memotong rambut juga disediakan jasa *shaving* untuk kumis dan janggut. Kumis dan janggut merupakan hal yang penting bagi kalangan pria karena kebanyakan pria memiliki kumis dan janggut yang kalau tidak dirawat akan tumbuh berantakan, sehingga peluang *barbershop* ini cukup besar. Lokasi *barbershop* yang berada pada daerah padat penduduk yaitu Cibubur, kawasan yang memiliki banyak pengembang perumahan dan mal serta apartemen.

Pertumbuhan daerah Cibubur akan terus meningkat dengan adanya pertumbuhan kehidupan masyarakat Cibubur, adanya pembangunan dari *developer-developer* perumahan maupun gedung apartemen yang sedang berjalan pada tahun ini, seperti dari pembangunan dari CBD (*Central Business District*) Ciputra Cibubur dan TSM (Trans Studio Mall) Cibubur yang memiliki 3 *tower* apartemen yang akan selesai pada akhir tahun 2019.

Hal tersebut dapat dibuktikan dengan survei yang telah dilakukan oleh penulis dengan survey jumlah penduduk yang ada di perumahan sekitaran gerai *Fresco Barbershop* berdiri yaitu sebagai berikut:

* + - 1. Perumahan Kota Wisata memiliki jumlah penduduk sebesar enam puluh ribu jiwa
			2. Perumahan Legenda Wisata memiliki jumlah penduduk sebesar tiga ribu lima ratus jiwa
			3. Perumahan Citra Gran yang memiliki jumlah penduduk sebesar empat puluh ribu jiwa

Pesaing yang ada di daerah sekitaran Cibubur masih sedikit, hanya ada 4 *barbershop* yaitu:

* + - 1. *Shortcut* *Barbershop* berlokasi di Jl. Alternatif Cibubur KM 1
			2. *Kingcuts Barbershop* berlokasi di Jl. Alternatif Cibubur No.05
			3. *Royal Cuts Barbershop* berlokasi di Ruko Mall Ciputra Cibubur
			4. *Tiger Barbershop* yang berlokasi di perumahan Legenda Wisata

Berdasarkan *trend* model rambut yang banyak disukai oleh kalangan anak muda pada jaman sekarang ini, yang menjadi mayoritas konsumen *barbershop* menjadikan usaha ini berpeluang untuk berkembang, serta pemilihan lokasi usaha di Cibubur berdasarkan survei dan potensi memiliki kesimpulan bahwa pemilihan lokasi di Cibubur juga berpeluang untuk usaha *barbershop* dijalankan karena pertumbuhan daerah besar dan banyaknya pembangunan mal dan perumahan di Cibubur yang menandakan potensi pasar yang besar dengan tingkat konsumtif yang tinggi pula.

1. **Kebutuhana Dana**

 Dalam mendirikan sebuah bisnis memang memerlukan modal awal yang cukup besar, tetapi besarnya modal tergantung dari ukuran bisnis yang ingin dibangun dan kebutuhan-kebutuhan bisnis yang diperlukan untuk menjalankan bisnis. *Fresco Barbershop* memerlukan modal awal yang cukup besar untuk digunakan pada awal mendirikan usaha hingga usaha berjalan, sumber modal awal berasal dari dana hibah orang tua. Berikut tabel kebutuhan dana usaha *Fresco Barbershop*,

**Tabel 1.4**

**Rincian Kebutuhan Dana Usaha *Fresco* *Barbershop***

****

 Sumber: *Fresco Barbershop*, 2019