

# **BAB I**

## **RINGKASAN EKSEKUTIF**

### **1.1. Pendahuluan**

Dikutip dari Badan Pusat Statistik (BPS) tercatat bahwa total penduduk laki-laki di Indonesia mengalami kenaikan yang signifikan dengan tercatat mencapai 136,66 juta yang dimana setara dengan 50,58% dari penduduk Indonesia (Idris, 2021). Tentunya dengan semakin banyaknya jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki di Indonesia, memiliki pengaruh besar terhadap industri pangkas rambut. Metro Barberia, pemilihan kata Metro diambil dari kata Metropolitan yang akan berkonsep dengan tema sesuai dari asal kata Metro, yang menawarkan pangkas rambut khusus pria yang eksekutif yang memiliki konsep modern atau kekinian. Metro Barberia direncanakan akan mulai beroperasi pada bulan Januari di tahun 2022 yang berlokasi di Makassar, Sulawesi Selatan.

### **1.2. Visi, Misi, dan Tujuan Strategis**

Visi dan misi dari Metro sebuah perusahaan ialah hal yang sangat perlu diperhatikan pada saat membangun perusahaan yang dimana dapat menjadi pengaruh yang mendasar agar perusahaan dapat memegang visi dan misinya yang ingin dicapai. Metro Barberia mempunyai visi dan misi menjadi bisnis *barbershop* yang akan selalu memberikan pelayanan yang memuaskan dan profesional agar para customer mendapatkan *self-confident* dan juga kepercayaan dari para customer. Selain itu, strategi objektif ialah susunan strategi-strategi dari visi dan misi yang dibentuk oleh perusahaan agar mencapai *goals* yang ditetapkan perusahaan.

### **1.3. Kunci Inisiatif untuk Mencapai Tujuan Strategis**

Kunci Inisiatif adalah tahap susunan utama dari sebuah perusahaan untuk di aplikasikan guna meraih tujuan utama dari strategi-strategi objektif yang telah ditetapkan. Langkah awal yang dilakukan Metro Barberia

melakukan analisa-analisa terhadap layanan yang akan dikembangkan, yaitu *Haircut* yang menjadi fokus utama layanan dari Metro Barberia. Tahap selanjutnya dalam pengembangan produk ialah Metro Barberia membangun relasi dengan target penjualan dan juga dengan supplier alat yang digunakan Metro Barberia, dan juga fokus di *branding* dari Metro Barberia yang bertujuan agar bisa mendapatkan *profit* yang baik.

#### **1.4.Peta Strategi**

Peta Strategi ataupun yang disebut *Strategy Map* yang berguna untuk mengarsip tujuan dan juga strategi awal yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan atau sebuah organisasi yang tersusun dari empat perspektif (*financial, costumer, product service or process, dan learning and growth*) yang saling berhubungan

#### **1.5. Analisis SWOT (IFE dan EFE)**

Analisis SWOT ialah strategi yang digunakan untuk menganalisa *strengths, weaknesses, opportunities, dan threats* yang dimiliki dari sebuah perusahaan maupun sebuah organisasi. Hasil dari analisa yang telah dilakukan Metro Barberia dalam analisa SWOT dengan mengetahui *strengths dan weaknesses* yang dilakukan dengan internal dari Metro Barberia, disamping itu untuk *opportunities dan threats* Metro Barberia melakukan analisa dari faktor eksternal yang dapat berpengaruh. Manfaat Metro Barberia melakukan Analisis SWOT ialah:

- Mengetahui *strengths* dan *opportunities* yang kami miliki, jelas Metro Barberia harus membentuk strategi yang baik agar hasil dari analisa dapat memaksimalkan potensi atau peluang.
- Mengetahui analisa dari *strengths* Metro Barberia membuat kami menyiapkan akan strategi-strategi yang memaksimalkan potensi dan pun guna menanggulangi akan *weaknesses* dan *threats* dari Metro Barberia.

## 1.6. Business Model Canvas dan Porter's Five Forces

Dalam menjalankan sebuah perusahaan atau sebuah organisasi perlu menghadirkan *Business Model Canvas (BMC)* dan *Porter's Five Forces* dengan menggunakan *framework* dari sebuah bisnis yang memberikan kemudahan ditahap menentukan keputusan maupun pilihan yang tepat.

Metro Barberia menganalisa 9 elemen penting, yaitu *Costumer Segments* (Segmentasi Konsumen), *Value Proposition* (Proposisi Nilai Konsumen), *Channels* (Saluran), *Revenue Streams* (Sumber Pendapatan), *Key Resource* (Sumber Daya), *Costumer Relationship* (Hubungan Konsumen), *Key Activities* (Aktivitas yang Dijalankan), *Key Partnership* (Kerjasama), dan yang terakhir *Cost Structure* (Struktur Biaya) yang tentunya akan memberikan kemudahan dalam melakukan penggambaran akan *Product, Value, Market* dari Metro Barberia. *Porter's Five Forces*, Metro Barberia gunakan sebagai metode untuk menganalisa maupun mengidentifikasi bagaimana tingkat peluang dan juga rivalitas dalam industri bisnis yang dijalankan.

## 1.7. Analisis Pesaing

Awal dari membuat suatu perusahaan ataupun organisasi ialah dengan menganalisa bagaimana perkembangan industri bisnis yang terjadi di suatu wilayah tertentu dengan menggunakan metode *Porter's Five Forces* agar mengetahui bagaimana peluang bisnis dari suatu bisnis. Metro Barberia akan beroperasi di industri barbershop yang berlokasi di wilayah Makassar. Usaha atau bisnis barbershop di Makassar saat ini sudah sangat berjamur yang dimana telah terdapat 18 bisnis barbershop. Barber Shox, Doctor Barber, Cartenz Barbershop, Jaxs Barbershop, *brand* yang menjadi pesaing dari bisnis Metro Barberia tersebut sudah dikenali oleh masyarakat-masyarakat setempat di wilayah Makassar.

## 1.8.Peta Jalan Strategi

Metro Barberia sendiri ialah bisnis pangkas rambut ataupun yang dikenal sebagai barbershop di zaman sekarang yang dimana termasuk dari “*daily needs*” atau kebutuhan manusia yang di khususkan untuk kaum pria. Metro Barberia sendiri akan menggunakan berbagai macam strategi pemasaran untuk mengenalkan atau mempromosikan Metro Barberia, mulai dari segi desain kesan tempat yang menarik, *word of mouth*, *social media endorsement*, dan tentu memberikan penawaran-penawaran yang menarik dari pelayanan Metro Barberia sendiri. Kami juga berencana agar kedepannya dapat bekerja sama dengan *brand-brand* yang ada di Mall Ratu Indah dengan berbagi *voucher* disetiap pembelian dari produk-produk dari *brand* yang kami ajak bekerja sama. Untuk mengembangkan Metro Barberia, kami akan melakukan fokus yang maksimal pada *social media* sebagai *marketing* utama.

## 1.9.Dashboard

Progress yang telah disiapkan Metro Barberia sudah 90%, dimana *planning* yang akan menjadi konsep dan juga pemilihan dan juga negosiasi *outlet* dari Metro Barberia sendiri sudah selesai. Perlengkapan-perengkapan yang dibutuhkan seperti peralatan pemangkas dan peralatan dari para karyawan lainnya telah dipenuhi. Metro Barberia membutuhkan waktu untuk *Return on Investment* (ROI) kurang lebih selama 11 bulan dengan perhitungan data proyeksi yang telah dianalisa dengan titik BEP 367 customer/bulan atau 12 customer untuk per harinya.