***BUSINESS PLAN UNITED BARBERSHOP***

**( E-BISNIS KELAS R )**

**Supangat, M.kom., ITIL., COBIT.**



**Oleh :**

**KHANIVAH FAUZI**

**NBI : 1211700011**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945**

**2021**

**SURABAYA**

***BUSINESS PLAN UNITED BARBERSHOP***

Khanivah Fauzi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

fauzi.khaniv@gmail.com

**ABSTRAK*:*** Perkembangan dunia bisnis saat ini telah mengalami peningkatan yang cukup pesat dari industri bisnis yang monoton menjadi industri bisnis yang kreatif. Industri bisnis yang kreatif saat ini mulai banyak dilirik oleh sebagian besar masyarakat untuk merubah perekonomian dan diharapkan bisa menjanjikan untuk bisnis jangka panjang. United Barbershop ini bergerak di bidang jasa yang berfokuskan pada usaha potong dan perawatan rambut khususnya untuk laki-laki. Visi dari usaha ini yaitu menjadikan United Barbershop yang mengedepankan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, dan misi nya dari usaha ini yaitu meningkatkan nilai United Barbershop melalui kreativitas dan inovasi dan pengembangan kompetensi sumber daya manusia. perbedaan di United Barbershop dibanding dengan Barbershop lain yaitu menyediakan perawatan rambut seperti vitamin rambut, pomade, masker rambut dimana para konsumen bisa memilih bebas sesuai keinginan vitamin rambut yang akan diberikan ketika selesai melakukan potong rambut tanpa harus menambah harga dan juga bisa membeli perawatan rambut tersebut untuk dipakai sehari - hari.Peluang bisnis ini dirasa bisa menjadi bisnis jangka panjang karena di Indonesia bisnis kreatif di bidang fashion & style terutama Barbershop sangat menjadi topik hangat dikalangan anak muda karena prospek pada usaha barbershop bisa untuk semua kalangan mulai dari anak kecil hingga orang dewasa sehingga usaha ini akan terus bekembang sesuai dengan perkembangan jaman.

**Kata Kunci:** *barbershop,* rencana bisnis, kreatifitas

***ABSTRACT:*** *The development of the business world today has experienced a fairly rapid increase from a monotonous business industry to a creative business industry. The creative business industry is currently starting to be glimpsed by most people to change the economy and is expected to be promising for long-term business. United Barbershop is engaged in services that focus on the business of cutting and hair care, especially for men. The vision of this business is to make a United Barbershop that prioritizes service quality and customer satisfaction, and the mission of this business is to increase the value of United Barbershop through creativity and innovation and the development of human resource competencies. The difference at United Barbershop compared to other Barbershops is that it provides hair care such as hair vitamins, pomade, hair masks where consumers can choose freely according to their wishes, hair vitamins that will be given when they finish cutting their hair without having to increase the price and can also buy hair treatments for daily use. This business opportunity is felt to be a long-term business because in Indonesia business Creative in the field of fashion & style, especially Barbershop, is a hot topic among young people because the prospect of a barbershop business can be for all people from small children to adults so that this business will continue to develop according to the times.*

***Keyword* :** *barbershop, business plan, creativity*

**1. Ringkasan**

Perkembangan dunia bisnis saat ini telah mengalami peningkatan yang cukup pesat dari industri bisnis yang monoton menjadi industri bisnis yang kreatif. Industri bisnis yang kreatif saat ini mulai banyak dilirik oleh sebagian besar masyarakat untuk merubah perekonomian dan diharapkan bisa menjanjikan untuk bisnis jangka panjang. Kemunculan industri kreatif di Indonesia mendorong peningkatan kreativitas dan inovasi baru yang dikembangkan masyarakat bahkan pemerintah intensif melakukan sosialisasi kegiatan ekonomi kreatif tersebut guna mengurangi laju pertumbuhan pengangguran yang angkanya cukup besar yakni mencapai 60.000 orang, atau 0,06 Jurnal Ekper Vol.5 No.1, Desember 2020 P-ISSN: 2548-7990 I E-ISSN: 2621-3036 2 juta orang, atau sebesar 4,99% pada Februari 2020, (Hartono, 2020).

Di Indonesia sendiri industri kreatif mulai banyak dilirik di seluruh kalangan dan berkembang sangat pesat, bahkan secara sengaja pemerintah Indonesia mulai mensosialisasikan ekonomi kreatif guna mengurangi jumlah pengangguran yang cukup besar. Sesuai UU no 3 tahun 2014 tentang perindustrian “bahwa pembangunan nasional di bidang ekonomi dilaksanakan dalam rangka menciptakan struktur ekonomi yang kukuh melalui pembangunan industri yang maju sebagai motor penggerak ekonomi yang didukung oleh kekuatan dan kemampuan sumber daya yang tangguh”. Berikut adalah data yang memperlihatkan perkembangan pendapatan 14 subsektor industri kreatif di tahun 2013-2017 (dalam milyar rupiah ) :

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Lapangan usaha industri kreatif** | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** | **2017** |
| 1 | Arsitektur | 2,704 | 2,954 | 3,274 | 3,694 | 3,367 |
| 2 | Desain | 9,531 | 9,231 | 9,072 | 9,211 | 8,738 |
| 3 | *Fashion* | 69,124 | 65,243 | 65,176 | 60,582 | 63,843 |
| 4 | Film, Video, dan Fotografi | 711 | 732 | 776 | 814 | 831 |
| 5 | Kerajinan | 31,030 | 31,140 | 32,290 | 31,952 | 34,832 |
| 6 | Layanan Komputer dan Piranti Lunak | 714 | 859 | 1,038 | 1,253 | 1,517 |
| 7 | Musik | 4,025 | 4,552 | 6,974 | 7,895 | 7,225 |
| 8 | Pasar dan Barang Seni | 612 | 719 | 695 | 743 | 808 |
| 9 | Penerbitan dan Percetakan | 5,744 | 5,705 | 7,971 | 7,681 | 7,404 |
| 10 | Periklanan | 5,493 | 6,916 | 8,013 | 8,072 | 9,832 |
| 11 | Permainan Interaktif | 252 | 283 | 321 | 362 | 414 |
| 12 | Riset dan Pengembangan | 790 | 828 | 870 | 923 | 970 |
| 13 | Seni Pertunjukan | 98 | 112 | 123 | 126 | 133 |
| 14 | Televisi dan Radio | 1,608 | 1,830 | 2,035 | 2,088 | 2,179 |

**Tabel 1.1  
Pendapatan 14 Subsektor Industri Kreatif di Indonesia tahun 2013-  
2017 (Milyar Rupiah)**

Sumber : Diolah dari Statistik Indonesia dan Statistik Industri, BPS

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa subsektor industri *fashion* di Indonesia menduduki posisi paling besar dalam pendapatannya, meskipun cenderung menurun dari tahun 2013-2016 namun pada tahun 2017 sudah mengalami kenaikan. Salah satu bisnis kreatif di bidang *fashion* terutama di *life style* yang sedang berkembang adalah *barbershop*, ini di sebabkan penampilan sekarang menjadi salah satu hal yang wajib di perhatikan, tidak hanya bagi perempuan tapi juga untuk laki-laki. Hal ini seakan menjadi kebutuhan terlebih lagi perawatan rambut, pada zaman sekarang lebih banyak yang bisa dilakukan oleh kaum laki-laki agar terlihat lebih menarik dengan berbagai jenis gaya rambut. Bisnis kreatif seperti potong rambut atau yang biasa dikenal dengan *barbershop* ini memiliki prospek jangka panjang yang cukup menjajikan karena pertumbuhan rambut yang terus terjadi pada setiap orang, dan terus berkembangnya inovasi gaya rambut yang mengikuti perkembangan gaya hidup, ini lah yang mendasari kenapa bisnis ini memiliki prospek yang cerah untuk jangka panjang.

Dari latar belakang tersebut muncul sebuah gagasan untuk membuka suatu usaha di bidang potong rambut yang bernama *United Barbershop*, adanya rencana bisnis tempat potong rambut ini juga didukung dengan kondisi daerah tempat akan di didirikannya *United Barbershop* yang berlokasi di Kampung Inggris yang terletak di Kecamatan Pare Kabupaten Kediri, dimana di daerah tersebut banyak pendatang dari luar daerah mengingat tempat tersebut adalah pusat tempat kursus bahasa inggris terbesar di Indonesia.

**2. Deskripsi Perusahaan**

*United Barbershop* ini bergerak di bidang jasa yang berfokuskan pada usaha potong dan perawatan rambut khususnya untuk laki-laki. Visi dari usaha ini yaitu menjadikan *United Barbershop* yang mengedepankan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, dan misi nya dari usaha ini yaitu meningkatkan nilai *United Barbershop* melalui kreativitas dan inovasi dan pengembangan kompetensi sumber daya manusia. Tujuan di didirikannya *United Barbershop* ini yaitu sebagai wadah untuk melayani permintaan konsumen dengan berbagai gaya rambut karena semakin lama dunia *fashion & style* semakin berkembang sedangkan tujuan sosial nya membuka lapangan kerja bagi para anak muda untuk mengembangkan bakat nya di bidang potong rambut yang dirasa bisa dijadikan bisnis jangka panjang. *United Barbershop* ini merupakan milik perseorangan jadi untuk keamanan dan kenyamanan nya bisa lebih diutamakan dan juga lebih fleksibel untuk mengatur semua kebutuhan sehingga semua akan berjalan sesuai dengan visi, misi dan tujuan di awal terbentuknya *United Barbershop.*

**3. Barang / Jasa Yang Diproduksi**

**3.1 Deskripsi Jasa dan Manfaat yang didapat konsumen**

Jasa yang diperoleh dari *United Barbershop* yaitu pelayanan standart seperti cukur rambut, kumis dan jenggot, cuci rambut hingga pijat kepala. Namun yang menjadi perbedaan di *United Barbershop* dibanding dengan *Barbershop* lain yaitu menyediakan perawatan rambut seperti vitamin rambut, pomade, masker rambut dimana para konsumen bisa memilih bebas sesuai keinginan vitamin rambut yang akan diberikan ketika selesai melakukan potong rambut tanpa harus menambah harga dan juga bisa membeli perawatan rambut tersebut untuk dipakai sehari - hari. Fasilitas dan interior juga dibuat senyaman mungkin sehingga para konsumen tidak akan jenuh saat menunggu antrean.

**4. Analisis Aspek Pasar**

**4.1 Peluang Bisnis dan Prospek**

Peluang bisnis ini dirasa bisa menjadi bisnis jangka panjang karena di Indonesia bisnis kreatif di bidang *fashion & style* terutama *Barbershop* sangat menjadi topik hangat dikalangan anak muda karena prospek pada usaha *barbershop* bisa untuk semua kalangan mulai dari anak kecil hingga orang dewasa sehingga usaha ini akan terus bekembang sesuai dengan perkembangan jaman.

**4.2 Kondisi Persaingan**

Namun karena usaha ini sangat mudah dididirikan oleh semua orang menjadikan persaingan *barbershop* ini sangat ketat. Pemilik *barbershop* harus memiliki teknik *marketing* dengan baik agar bisa terus menjadi tujuan utama ketika para konsumen ingin memotong rambut.

**4.3 Posisi Perusahaan Dalam Pasar**

Dalam *United Barbershop* positioning atau posisi dalam pasar adalah pelajar, kenapa di pilih pelajar sebagai karena para pelajar masih menjadi pantauan para guru yang mewajibkan para pelajar berpenampilan rapi. Selain pelajar yang menjadi target pasarnya adalah remaja dan orang dewasa, di pilihnya target pasar tersebut karena rata-rata remaja sampai orang dewasa sudah memiliki penghasilan senidiri untuk memenuhi kebutahan pribadinya.

**4.4 Usaha Pemasaran**

Usaha pemasaran ini terutama melalui digitar marketing, di era pandemi sekarang ini digital marketing menjadi lebih efektif untuk digunakan dalam pemasaran sebuah produk / jasa. Digital marketing menjadi efektif berhubungan pula dengan daya pakai masyarakat akan internet yang tinggi hal ini mendorong perkembangan yang pesar pada dunia digital marketing. Hal ini menjadi sangat efektif untuk memaksimalkan digital marketing karena mobilitas dibatasi, maka akan tefokus pada digital (Supangat &…, 2021).

**5. Analisis Teknik**

**5.1 Lokasi**

Perencanaan tanah dan bangunan untuk lokasi *United Barbershop* perlu perhitungan kelayakan finansial usaha, maka perlu diperhitungkan ukuran,harga beli atau sewanya. Dan lokasi yang di pilih untuk *United Barbershop* ini terletak di area Kampung Inggris Pare Kediri, lokasi ini cukup strategis karena di area ini banyak sekali pendatang dari berbagai daerah dan berada ditengah-tengah pemukiman warga.

**5.2 Layout**

Instalasi sarana penunjang berkaitan dengan tata letak (*layout*) yang termasuk dalam anggaran investasi. Pemasangan sarana penunjang ini meliputi listrik, kamar mandi, internet, ac, tv, sofa dan lain-lain.

**5.3**  **Skala Produksi**

Perencanaan skala produksi dilakukan sesuai dengan rencana jumlah jasa akhir yang akan dihasilkan. Dengan sendirinya, kapasitas produksi jasa sampai dengan tingkatan yang dirinci semuanya akan mengacu pada hasil dari perhitungan peluang pasar atas produk yang bersangkutan.

**5.4 Pemilihan Mesin**

Baik untuk sekala sewa atau beli, daftar mesin dan peralatan juga harus dirinci sedatail mungkin proyeksinya, perencanaan ini tetap selalu berkaitan dengan kapasitas dan kompetensi teknis sumber daya manusianya. Selain itu pemilihan mesin juga harus dibarengi dengan peningkatan kemampuan sumber daya manusianya agar penggunaan mesinnya bisa maksimal dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

**6. Analisis Aspek Manajemen**

**6.1 Masa Pembangunan**

Dalam penyiapan usaha *United Barbershop* ini memerlukan waktu renovasi sampai benar-benar bisa beroperasi kurang lebih 2 minggu dengan perincian sebagai berikut :

1. biaya sewa dua tahun nya Rp. 20.000.000
2. biaya renovasi bangunan Rp. 12.000.000
3. biaya pembelian peralatan kurang lebih Rp. 20.000.000

**6.2 Bentuk Bisnis Saat Sudah Berjalan**

Dalam hal ini *United Barbershop* akan memiliki bentuk awal sebagai perusahaan perseorangan dan akan melakukan evaluasi seiring berjalannya waktu, akan tetap berbentuk perseorangan,firma, PT atau yang lainnya

**6.3 Proses Recruitment**

Dalam proses recruitment ini juga mencakup akan persyaratan karyawan atau kriteria karyawan, jumlah karyawan yang dibutuhkan dan jenjang karir. Untuk persyaratan karyawan, *United Barbershop* membutuhkan karyawan yang sudah memiliki pengalaman dibidang perawatan dan potong rambut, memiliki kemauan untuk berkembang, dan juga ramah serta mempunyai wawasan di bidangnya sehingga pelanggan merasa nyaman dan tidak ragu untuk bertanya tentang model rambut yang cocok untuk pelanggan tersebut. Untuk jumlah karyawan untuk awal di butuhkan maksimal 2 orang dan besar kemungkinan akan lebih dari 2 orang jika sudah beroperasi sesuai target, sedangkan untuk jenjang karir sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan perusahaan.

**7. Aspek Finansial**

**7.1 Kebutuhan Dana**

Kebutuuhan dana yang di perlukan untuk membiayai rencana bisnis *United Barbershop* diuraikan sebagai berikut :

|  |  |
| --- | --- |
| Keterangan | Biaya |
| Biaya sewa 2 tahun | Rp. 20.000.000 |
| Biaya renovasi | Rp. 12.000.000 |
| Biaya peralatan | Rp. 20.000.000 |

`

**7.2 Sumber Dana**

Sumber dana untuk membiayai rencana bisnis bisa diperoleh dari hutang, dapat berupa hutang jangka pendek dan hutang panjang panjang. Lalu bisa juga berasal dari modal sendiri, sedangkan dalam perencanaan bisnis pendirian *United Barbershop* berasal dari modal sendiri sebesar Rp. 20.000.000 dan hutang modal dari orang tua sebesar Rp. 32.000.000.

**7.3 Menghitung Aliran Kas**

Dari rencana bisnis dari *United Barbershop* ini aliran kas nya dapat dikelompokan menjadi tiga yaitu :

a. Initial Cash Flow yaitu aliran kas yang dikeluarkan diawal bisnis dan diberi tanda negatif karena termasuk dana keluar

b. Operational Cash Flow yaitu aliran kas ketika bisnis sudah berjalan

c. Terminal Cash Flow yaittu aliran kas diakhir bisnis berupa pengembalian modal kerja dan berupa aliran kas masuk di akhir bisnis bertanda positif.

**8. Daftar Pustaka**

Supangat, S., & ... (2021). Artikel Ilmiah Efektivitas Marketing Digital Di Masa Pandemi. *… Marketing Digital Di …*, *1151700200*. <http://repository.untag-sby.ac.id/7424/>

Gunawan, I. H. (2014). BUSINESS PLAN CAFE LUDOS. *CALYPTRA*, *3*(1), 1-21.

