

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Saline adalah bisnis yang bergerak di bidang jasa salon. pemilihan bisnis tersebut karena permintaan akan jasa salon ini sudah menjadi gaya hidup bahkan kebutuhan masyarakat dimana masyarakat terkadang tidak sempat atau tidak bisa merias dirinya sendiri, sehingga dalam jangka panjang jasa salon ini akan tetap melekat dalam setiap kehidupan masyarakat.

Hal yang pertama kali dilihat oleh konsumen dalam bisnis ini adalah hasil akhir jasa salon tersebut, terutama hasil jasa salon yang mengikuti jaman. Karena saat ini informasi mengenai trend suatu model jasa salon dapat mudah didapatkan melalui internet, sehingga konsumen juga mengetahui model apa yang sedang trend saat ini.

Konsep dalam bisnis ini adalah sistem pemesanan (*Booking System*) via aplikasi. Konsep ini dibuat karena melihat peluang banyak orang yang menginginkan perawatan diri tetapi dikarenakan urusan pekerjaan, mereka jadi mengurungkan niat mereka untuk melakukan perawatan diri. Oleh karena itu konsep ini hendak mempertemukan antara penyedia jasa dengan konsumen melalui aplikasi, dan disini konsumen bisa memilih jenis jasa yang diinginkan mulai dari rambut hingga ke tubuh sesuai kebutuhan mereka. pengerjaan juga dilakukan langsung di rumah konsumen yang bersangkutan, sehingga konsumen tidak perlu repot menunggu di salon untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Aplikasi juga

dilengkapi dengan fitur Tanya jawab apabila ada sesuatu yang tidak konsumen pahami.

Dalam menjalankan bisnis ini SALINE (*Salon Online*) memiliki kompetitor utama yang cukup terkenal dalam masyarakat yaitu *Go-Glam* yang merupakan anak usaha dari *Go-jek* ini sendiri. *Go-jek* ini sendiri merupakan suatu layanan jasa yang lebih memfokuskan diri kepada pelayanan antar-jemput konsumen, tetapi seiring waktu berjalan *Go-jek* mulai mengembangkan cabang bisnisnya yang tidak hanya layanan antar-jemput konsumen melainkan juga bisa melayani kebutuhan konsumen yang lainnya langsung ke rumah konsumen. salah satunya adalah *Go-Glam* yang melayani kebutuhan akan salon dengan langsung melayaninya di rumah konsumen.

Produk layanan jasa ini kurang lebih memiliki kesamaan dengan *Go-Glam* dalam hal pengantaran layanan jasa yang langsung dikerjakan di rumah konsumen. Dalam hal ini untuk menyiasati persaingan yang ada, kami menawarkan sejumlah produk tambahan berupa lilin *aromatherapy* yang dimana produk tersebut bermanfaat untuk memberikan kenyamanan bahkan bisa meredakan nyeri-nyeri. Konsumen juga membutuhkan relaksasi yang mana disediakan oleh salon pada umumnya tapi dengan tambahan lilin *aromatherapy* konsumen dapat merasakan beragam manfaat yang diberikan dan lilin tersebut diberikan secara gratis untuk konsumen tanpa biaya tambahan apapun.

Target pasar yang ingin dimasuki oleh SALINE (*Salon Online*) adalah kalangan wanita ataupun pria karier, dimana wanita karier lebih banyak menghabiskan waktunya ditempat kerja ketimbang memiliki waktu untuk bersantai. Sedangkan untuk pria karier juga demikian tetapi yang lebih menguatkan keinginan

mereka untuk melakukan perawatan salon adalah gaya hidup dengan pertimbangan hasil yang lebih variatif dan lebih modern.

Saline melakukan promosi dalam dunia nyata (*off-line*) dan di dunia maya (*on-line*). Di dunia nyata (*off-line*) Saline akan melakukan penyebaran brosur di kawasan-kawasan perkotaan di daerah Bandung seperti: Dago, Sudirman, Cibadak, Pasteur, Ahmad Yani, Cibiru, Kopo. Sedangkan di dunia maya (*on-line*) Saline melakukan promosi seperti melalui *website*, media sosial, maupun iklan. Pemilihan media tersebut karena informasi dapat tersampaikan dengan cepat. Promosi tambahan berupa promo buzz marketing, yang dimana penyedia dan konsumen akan diberikan bonus berupa diskon dengan cara memasukkan rekan kerja dan konsumen baru dalam bisnis SALINE (*Salon Online*), sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku.

Berdasarkan perhitungan untuk kelayakan investasi, SALINE (*Salon Online*) memiliki perkiraan penjualan dalam 3 tahun yaitu pada tahun 2017 – 2019. Pada tahun 2017 penjualan sebesar Rp. 371.100.000, tahun 2018 meningkat sebesar 122,13% dari tahun sebelumnya atau sebesar Rp. 824.340.000, dan tahun 2019 meningkat sebesar 120% dari tahun sebelumnya atau sebesar Rp. 1.813.548.000, Nilai tersebut memperlihatkan pertumbuhan usaha ini. Untuk perhitungan *net present value* diperoleh dengan hasil Rp 752.803.813, dan *payback period* yang diperoleh dari hasil perhitungan memperlihatkan bahwa dalam waktu 2 bulan 18 Hari usaha ini dapat mencapai modalnya kembali. Sedangkan *profitability index* yang diperoleh sebesar 7,32 atau lebih besar dari 1 sehingga menjadikan usaha ini layak untuk dijalankan.

1.2 Deskripsi Bisnis

Bisnis ini akan didirikan dengan nama SALINE (*Salon Online*) karena merupakan kepanjangan dari *Salon Online* yang diharapkan dengan nama SALINE (*Salon Online*) ini dapat membuat konsumen mudah mengingat akan layanan jasa yang dapat dilakukan dimana pun dan kapan pun konsumen tersebut berada.

Bentuk kepemilikan dari usaha SALINE (*Salon Online*) adalah kepemilikan tunggal, yang hanya dimiliki oleh pemilik, tanpa orang lain sebagai penyalur dana. Usaha ini belum memiliki izin dari pemerintah.

Visi dari SALINE (*Salon Online*) adalah menjadi penghubung yang dapat menghantarkan layanan jasa dimana pun dan kapan pun konsumen berada

Misi SALINE (*Salon Online*) adalah:

1. Menerima orderan hanya melalui aplikasi saja, diluar itu tidak dilayani
2. Melayani dengan menggunakan standar yang sudah ditentukan
3. Menggunakan produk dengan standar yang sudah ditentukan.

Berdasarkan visi dan misi yang ada diatas diharapkan dapat meningkatkan penjualan tidak kurang dari 100% per tahun, dan mampu menguasai pangsa pasar dalam waktu 3 tahun, lalu mampu menciptakan *Brand Positioning* di benak konsumen dalam waktu 6 bulan pertama dan mampu mengurangi jumlah keluhan dari konsumen yang akan diterima.

Alamat Perusahaan

Lokasi SALINE (*Salon Online*) berada di jalan sukajadi no.8, sukajadi, bandung. Alasan mengapa saya memilih untuk membangun lokasi server SALINE (*Salon Online*) di jalan Sukajadi 2 No.8 karena daerah Sukajadi yang merupakan kawasan perkotaan dan biasanya ramai dikunjungi oleh orang orang dari luar Bandung juga

seperti orang Jakarta, Purwakarta, Karawang, Bogor, dan lain lain. sehingga dengan tingginya mobilitas penduduk dapat mempermudah penyebaran merk SALINE (*Salon Online*) dengan melalui pemasaran secara langsung ataupun *offline*. Tempat yang ditempati oleh SALINE (*Salon Online*) ini menumpang pada sebuah rumah milik saudara yang kebetulan memiliki spot kosong di lantai 2-nya ini, sehingga tidak perlu membayar uang sewa rumah namun hanya dikenakan biaya internet dan biaya listrik tiap bulannya.

