

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Salah satu industri yang memiliki perkembangan besar adalah industri *hair care* (Euromonitor, 2016). Hal ini diprediksikan sampai pada tahun 2020, industri *hair care* di Indonesia akan mengalami kenaikan sebesar 11,41% (Canadean, 2017). Industri *hair care* di Indonesia dapat dipecah menjadi lima bagian yaitu *perms and relaxers, shampoo, stylist agent, hair loss treatment, salon hair care*. Pertumbuhan industri salon kecantikan di Indonesia berada pada peringkat ketiga di kategori *hair care* yaitu sebesar 10,81% dan industri salon kecantikan terus meningkat dari tahun 2010 sampai dengan 2020 menurut riset yang dilakukan oleh Canadean pada tahun 2017. Kenaikan ini dikarenakan kebutuhan manusia akan *hair care* merupakan hal yang pokok karena rambut tidak akan berhenti bertumbuh. Berdasarkan data yang kami dapat di atas, kami meyakini bahwa industri salon kecantikan merupakan industri yang akan bertahan di masa depan. Oleh karena itu, kami akan membuka Salon Tenda pertama di Indonesia. Konsep Salon Tenda ini memiliki target pasar kalangan masyarakat kelas bawah yang memiliki pertumbuhan populasi yang sangat tinggi dan memiliki kebiasaan pengeluaran yang besar.

Kami ingin menawarkan masyarakat kelas bawah layanan perawatan rambut yang berstandar dengan harga yang terjangkau. Harga yang kami tawarkan kompetitif dengan harga yang ditawarkan oleh para kompetitor, tetapi dengan kualitas jasa yang diberikan berstandar dan terkontrol kualitasnya. Tenaga kerja yang memberikan pelayanan adalah tenaga kerja yang sudah diberikan pelatihan khusus, obat-obatan kimia yang akan digunakan juga memiliki kualitas yang sudah dipercaya. Kami dapat menawarkan harga murah adalah karena berdasarkan perhitungan finansial kami, dengan konsep tenda, modal yang dikeluarkan akan lebih murah apabila dibandingkan di ruko atau di *mall*. Kami juga menjalin kerjasama dengan vendor untuk obat-obatan kimia sehingga kami dapat memperoleh harga spesial dengan pembelian kuantitas banyak. Karena target untuk menghasilkan profit kami adalah secara kuantitas total bukan harga satuan maka sesuai dengan target pasar kami yakni masyarakat kalangan bawah yang memiliki batas dalam pengeluaran untuk kebutuhan sekunder.

## EXECUTIVE SUMMARY

One of the industries that has a great development is the hair care industry (Euromonitor, 2016). It is predicted that by 2020, hair care industry in Indonesia will increase by 11.41% (Canadean, 2017). Hair care industry in Indonesia can be broken down into five parts: perms and relaxers, shampoo, stylist agent, hair loss treatment, hair care salon. The growth of beauty salon industry in Indonesia is ranked third in the hair care category which is 10.81% and beauty salon industry continues to increase from 2010 to 2020 according to research conducted by Canadean in 2017. This increase is due to human need for hair care is the main thing because the hair will not stop growing. Based on the data we got above, we believe that the beauty salon industry is an industry that will survive in the future. Therefore, we will open the first tent Salon in Indonesia. The Salon Tent Concept has a target market of lower class people who have a very high population growth and have large spending habits.

We would like to offer a lower class society of standard hair care services at an affordable price. The price we offer is competitive with the price offered by the competitors, but with the quality of services provided with standard and quality control. The workforce that provides services is a workforce that has been given special training, chemical drugs to be used also have a quality that has been trusted. We can offer a cheap price is because based on our financial calculations, with the concept of tents, capital expended will be cheaper when compared in the shop or in the mall. We also cooperate with vendors for chemical drugs so that we can get a special price by purchasing a lot quantity. Because the target to generate our profit is in total quantity not unit price then in accordance with our target market that is the bottom of society that has a limit in spending for secondary needs.