

RINGKASAN EKSEKUTIF

Manhattan Barbershop adalah merek dari gerai *barbershop* atau tempat pemotongan rambut yang didirikan pada Tahun 2013. Bisnis ini bergerak dalam sektor jasa, dengan menyediakan layanan perawatan penampilan pria. Konsep dasar dari Manhattan Barbershop adalah memberikan layanan yang inovatif memanfaatkan teknologi, didukung sistem berbasis data pelanggan dengan harga yang terjangkau. Harga yang ditawarkan berkisar dari Rp 15.000 sampai dengan Rp 70.000 per layanan.

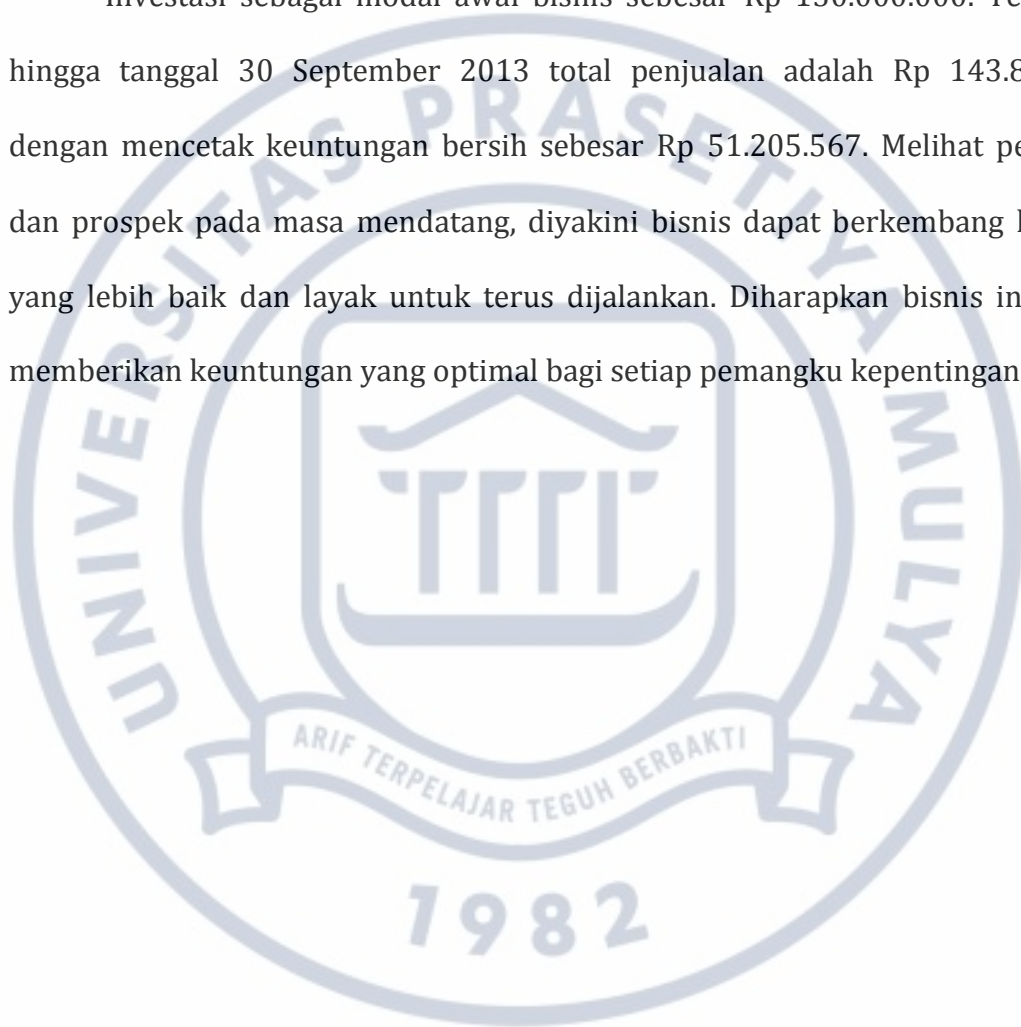
Sampai penulisan makalah ini, layanan yang ditawarkan oleh Manhattan Barbershop adalah pemotongan rambut, pijat setengah badan (*half body massage*), *shaving*, keramas dan penyemiran rambut. Selain layanan tersebut Manhattan Barbershop juga menyediakan produk perawatan rambut, seperti *pomade* dan sisir. *Hair record* dan *digital reference* merupakan layanan pendukung yang menjadi ciri khas, kedua layanan ini membantu konsumen untuk mendapatkan hasil potongan yang sesuai dengan keinginannya.

Target pasar utama adalah kaum pria modern dengan rentang usia 21-33 tahun, dan termasuk kalangan menengah ke atas juga berdomisili di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Rencana pengembangan bisnis ini akan dilakukan melalui penambahan cabang guna meningkatkan penetrasi pasar. Rencana ini akan dilaksanakan pada tahun ketiga dalam proyeksi lima tahun kedepan, karena diperlukan kekuatan finansial serta riset yang matang dalam pemilihan lokasi.

Proses peluncuran bisnis meliputi *soft opening* pada tanggal 18 April 2013 yang bertujuan untuk pengenalan serta uji coba pasar. Kegiatan ini berlangsung

sampai 30 April 2013. Kemudian dilanjutkan dengan kegiatan *grand opening* pada 30 Mei 2013 bekerja sama dengan beberapa toko lain yang berada di dalam gedung Common House. Pemasaran dilakukan dengan memanfaatkan jejaring sosial.

Investasi sebagai modal awal bisnis sebesar Rp 130.000.000. Terhitung hingga tanggal 30 September 2013 total penjualan adalah Rp 143.883.000 dengan mencetak keuntungan bersih sebesar Rp 51.205.567. Melihat performa dan prospek pada masa mendatang, diyakini bisnis dapat berkembang ke arah yang lebih baik dan layak untuk terus dijalankan. Diharapkan bisnis ini dapat memberikan keuntungan yang optimal bagi setiap pemangku kepentingan.



EXECUTIVE SUMMARY

Manhattan Barbershop is a barbershop or store brand of hair cutting places established in Year 2013. The business is in services sector, by providing man care services. The basic concept of the Manhattan Barbershop is to provide innovative services applying technology, supported by customer data-based system at an affordable price. The price is offered in range from Rp 15,000 to Rp 70,000 per service.

Until the writing of this paper, Manhattan Barbershop offered hair cut, half-body massage, shaving, shampooing and hair coloring. In addition, Manhattan Barbershop also provides hair care products, such as pomade and hair comb. Hair record and digital reference are supporting services that make Manhattan's signature services, both of these services help consumers to get better result.

The main target market is modern men, aged 21-33 years, upper middle class also domiciled in Jabodetabek. Business development plan will be carried out through the addition of branches to increase market penetration. This plan will start to be implemented on the third year of the five years projection, taking on the account of its preparation and research needed for this purpose.

The launching of this business consist of soft launchin on April 18th 2013, which aims introduction and market trials as the objective. This activity lasted until 30 April 2013. Then activities of the grand opening was on May 30th 2013, in cooperation with several other stores in Common House building. Publication is using social network.

Initial investment for this business is Rp 130.000.000. Total revenue generated since its launching is Rp 143.883.000 with consist Rp 51,205,567 as profit. Based on its performance, market potential and brand prospect, it is reasonable to say that this business is hugely potential. We hope that business will optimize its stakeholder value.

