

4. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Jenis Bisnis

Pour Homme merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa kecantikan yang memberikan layanan utama dalam hal menata rambut. Pour Homme ini terdiri dari satu ruangan salon yang didalamnya terdapat 3 orang hairdresser professional dengan 10 set peralatan dan perlengkapan salon, sehingga pelanggan dapat dilayani dengan berbagai fasilitas dan keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan kami.

Pour Homme adalah usaha yang khusus memperhatikan dan memenuhi kebutuhan-kebutuhan pria akan penampilan sekaligus berusaha untuk mengerti masalah-masalah yang dihadapi oleh konsumen dalam memperhatikan penampilannya, seperti tidak mempunyai cukup banyak waktu. Pour Homme merupakan pelopor dalam bisnis ini karena bisnis semacam ini belum pernah ada di Surabaya.

4.1.1 Jasa Pour Homme

Jasa yang diberikan oleh Pour Homme bagi pria dewasa yang mempunyai banyak aktivitas yaitu:

- Cuci blow
- Potong rambut
- Cuci mobil
- Semir sepatu
- Shaves/cukur,
- Pewarnaan rambut
- Creambath

4.1.2 Skala Bisnis dan Jangkauan Geografis

Skala usaha Pour Homme termasuk pada skala usaha menengah ke atas, karena usaha ini memerlukan dana awal sebesar Rp. 1.350.000.000,00 serta adanya

penggunaan perlengkapan dan peralatan modern dan inovatif. Pour Homme memulai usaha ini dengan jangkauan wilayah di Surabaya.

4.2 Visi dan Tujuan Bisnis

Dalam usaha Pour Homme ini tentunya mempunyai tujuan yang harus dicapai yaitu untuk memperoleh keuntungan, selain itu Pour Homme juga memiliki visi menjadi market leader dalam bisnis salon pria dalam hal jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan periode tujuan dari Pour Homme dibagi menjadi 2 yaitu:

Tujuan jangka pendek:

- Pour Homme merupakan pelopor dalam usaha bisnis kecantikan ini, tujuan pertama yang harus dilakukan oleh Pour Homme adalah memperkenalkan keberadaan Pour Homme pada masyarakat Surabaya dengan melakukan promosi
- Meningkatkan jumlah pendapatan tiap bulan dengan cara meningkatkan tingkat konsumsi konsumen, yaitu dengan program 5 kali gratis 1 kali.

Tujuan jangka panjang Pour Homme (jangka waktu 5 tahun) adalah:

- Memperkuat kedudukan Pour Homme dalam benak konsumen
- Membuka cabang-cabang baru di kawasan lain

4.3 Pasar Sasaran

Dalam menjalankan usaha ini profil konsumen yang menjadi sasaran Pour Homme adalah pria kalangan menengah keatas dengan usia 20 tahun sampai dengan 49 tahun, yang peduli akan penampilannya. Dimana konsumen mempunyai kebutuhan dan keinginan untuk merapikan rambut guna menjaga penampilannya dan tidak menghabiskan banyak waktu di salon tetapi memperoleh hasil yang maksimal.

Pasar sasaran Pour Homme ini adalah masyarakat Surabaya, khususnya Surabaya bagian Selatan karena lokasi Pour Homme juga berada di Raya Jemursari dimana dikawasan ini banyak terdapat profil konsumen menengah ke atas. Jadi pasar sasaran yang dituju lebih menekankan pada para pria dewasa, yang diketahui profil konsumen tersebut membutuhkan kerapian dalam berpenampilan untuk mendukung aktivitasnya.

4.4 Keunggulan Kompetitif

Ada banyak salon kecantikan di Surabaya dan setiap orang membutuhkan salon untuk menjaga penampilan mereka agar tetap rapi. Banyak orang juga yang memasuki bisnis ini yang dirasakan dapat memberikan keuntungan dan setiap salon memiliki keunggulan kompetitif masing-masing. Walaupun banyak salon di Surabaya namun Pour Homme yakin dapat eksis dalam bidang ini. Hal ini disebabkan karena Pour Homme mempunyai beberapa keunggulan yang tidak dimiliki oleh salon lain sebagai berikut:

- Menghemat waktu, dengan memanfaatkan jasa yang ada (cuci mobil dan semir sepatu)
- Konsumen dapat merasa nyaman dan santai dengan fasilitas-fasilitas yang diberikan, seperti pijat kaki dengan mesin (free) dan welcome drink (free)
- Dekorasi menarik

4.5 Lokasi

Lokasi yang dipilih untuk mendirikan Pour Homme ini adalah di jalan Raya Prapen, dengan membeli tanah seluas 18m x 28m (504m²) dan membangunnya, dengan berbagai pemikiran sebagai berikut:

- Merupakan daerah yang cukup berkembang dan mempunyai prospek yang bagus untuk berbisnis.
- Terdapat banyak sekali perusahaan maupun perkantoran yang menjadi salah satu target market dari Pour Homme
- Terdapat cukup banyak rumah makan yang menjadi tempat persinggahan target market dari Pour Homme pada saat jam-jam makan siang.

4.6 Staf dan Perlengkapan

Dalam menjalankan dan mengoperasikan usaha ini, Pour Homme memerlukan tenaga kerja yang terbentuk dalam suatu organisasi yang berjalan sesuai dengan fungsinya masing-masing. Dimana pemilik masing-masing sebagai direktur dan wakil direktur. Dibutuhkan juga manajer operasional dan manajer keuangan.

Selain itu juga dibutuhkan tenaga kerja lain yaitu 3 hair dresser, 4 kapster, 1 orang resepsionis, 2 orang pelayan, dan 4 orang carwasher.

Dalam pengoperasiannya Pour Homme menggunakan peralatan-peralatan yang dapat dilihat pada Bab IX tentang rencana keuangan

4.7 Sejarah Singkat

Pimpinan yang terlibat dalam usaha Pour Homme ini memiliki latar belakang sebagai berikut:

- Nia Sakatika
Sarjana Ekonomi di Universitas Kristen Petra
- Marselina Ariana
Sarjana Ekonomi di Universitas Kristen Petra