

BAB II

RINGKASAN EKSEKUTIF

2.1. Produk

Kiddy Cuts ini bergerak di bidang jasa potong rambut yang hanya dikhususkan bagi konsumen anak-anak yang berusia tujuh tahun kebawah karena dianggap bahwa anak-anak di usia tersebut membutuhkan sebuah tempat yang dapat membuat mereka merasa nyaman dalam memotong dan menata rambut mereka, *Kiddy Cuts* juga memudahkan para orang tua untuk mengajak anaknya untuk merapikan rambut karena salon *Kiddy Cuts* kbusus didesain untuk kenyamanan anak-anak, *keistimewaannya adalah adanya desain interior yang berdekorasi sesuai dunia anak-anak, perlengkapan salon yang memanjakan anak-anak, seperti pemiiaranfilm anaksaat dipotong rambutnya, peralatan memotong yang berbentuk unik sehingga tidak menakutkan bagi anak-anak, serta mainan yang diminati anak-anak sehingga mereka tidak merasa bosan saat berada di salon kami.* Sebagai tambahan layanan terhadap konsumen, *Kiddy Cuts* juga menyediakan jasa penitipan anak bila orang tua mereka merasa direpotkan dengan perilaku anaknya pada saat berbelanja di plasa tunjungan dengan memanfaatkan ruang tunggu salon yang desain interiornya disesuaikan dengan selera anak-anak, permainan seperti *puzzle, lego, gambar* hingga permainan untuk anak-anak yang dibimbing oleh pengasuh kami yang profesional menangani anak-anak.

2.2. Lokasi Usaha

Kiddy Cuts mengambil lokasi usaha untuk jasa pemotongan dan penitipan anaknya di Plasa Tunjungan IV Surabaya. Alasan *Kiddy Cuts* memilih lokasi tersebut adalah:

- Plasa Tunjungan merupakan salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Surabaya yang banyak dikunjungi oleh masyarakat.
- Plasa Tunjungan terletak di pusat kota yang memudahkan masyarakat untuk mengaksesnya.

2.3. Target Market

Target pasar dari *Kiddy Cuts* adalah orang tua dari kalangan menengah ke atas dengan penghasilan antara Rp 2 juta sampai Rp 10 juta sebulan dan membelanjakannya untuk kebutuhan tambahannya sebesar antara Rp 500 ribu sampai Rp 3 juta per bulan yang mempunyai anak berusia tujuh tahun kebawah, yang memiliki gaya hidup aktif dan tidak mau direpotkan mengurus anak-anak pada saat mereka melakukan aktivitas kesehariannya. Ini dimaksudkan agar mereka berpikir untuk lebih memilih memotong rambut anak-anaknya di salon yang khusus anak seperti salon kami sekaligus menitipkan anak-anaknya di tempat penitipan daripada harus dititipkan kepada pengasuhnya atau ditinggal di rumah. Diharapkan anak-anak pada usia tujuh tahun kebawah yang berasal dari keluarga menengah atas dapat mempengaruhi orang tuanya agar mereka dipotong di salon kami setelah melihat salon kami yang menarik bagi mereka, dan merasakan pelayanan yang kami berikan.

2.4. Keunggulan Kompetitif

Keunggulan usaha dari salon *Kiddy Cuts* jika dibandingkan dengan usaha milik pesaing adalah:

- Adanya desain ruangan yang dirancang khusus seperti kursi berbentuk mainan anak-anak, televisi yang menayangkan film anak-anak. dekorasi ruang sesuai dengan dunia anak-anak, adanya permainan yang disediakan untuk menyenangkan mereka dan kepuasan anak-anak saat mereka memanfaatkan layanan potong rambut di salon *Kiddy Cuts*.
- *Kiddy Cuts* juga menyediakan tempat penitipan bagi anak-anak yang para orang tuanya sedang melakukan aktifitasnya di Plaza Tunjungan, untuk hal ini *Kiddy Cuts* tidak hanya memberikan layanan penitipan saja tetapi juga memberikan pengetahuan-pengetahuan yang mendidik anak-anak seperti pengenalan bentuk atau gambar disekitar anak-anak, penayangan film ilmu pengetahuan seperti flora dan fauna selama dititipkan pada *Kiddy Cuts*.
- *Kiddy Cuts* menyediakan tenaga-tenaga profesional yang berpengalaman dengan cara seleksi berdasar pengalaman kerja pada dunia anak-anak terutama untuk potong rambut dan pengasuhan anak yang berumur tujuh tahun kebawah.

Untuk lebih lanjut, perbandingan pesaing terhadap *Kiddy Cuts* dapat dilihat pada lampiran (tabel 1).

2.5. Pemasok

Untuk kebutuhan operasional, *Kiddy Cuts* memerlukan pemasok untuk penyedia peralatan dan perlengkapan potong rambut dan mainan anak-anak. Untuk memenuhi kebutuhan perlengkapan dan peralatan potong rambut *Kiddy Cuts* membelinya dari UD. Indah, supplier peralatan salon yang beralamat di jalan Pengampon 33. Sedangkan untuk mainan anak-anak *Kiddy Cuts* memperolehnya dari Toys City dan Galeria. *Kiddy Cuts* dalam memasok kebutuhannya tidak hanya berganrung kepada satu supplier saja, hubungan tersebut dapat terputus jika terjadi ketidak sesuaian dengan keinginan dari *Kiddy Cuts*, kita juga dapat mengambil dari supplier lain bila barang yang dibutuhkan tidak dimiliki atau kosong di UD. Indah

2.6. Pesaing

Pesaing dari *Kiddy Cuts* terbagi menjadi dua yaitu pesaing langsung dan tak langsung. Yang dimaksud dengan *pesaing langsung adalah salon-salon yang berada didalam Plasa Tunjungan* seperti: salon Rudy Hadisuwarno, Alex's, dan Yopie's sedangkan *pesaing yang tidak langsung adalah salon-salon yang berada diluar Plasa Tunjungan*. Keseluruhan jumlah salon di Surabaya 972 salon yang terdapat di 28 kecamatan yang tersebar di Surabaya (BPS : "Banyaknya usaha dan jasa persewaan menurut data Potensi Desa Kotamadya Surabaya Tahun 1996") Masing-masing pesaing memiliki kekitatan dan kelemahan dalam menjalankan usahanya.

2.7. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain (Philip Kotler, "Manajemen Pemasaran - Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian").

Kiddy Cuts melakukan pemasarannya melalui kerjasama dengan tainan kanak-kanak, SD, kelompok bermain dengan cara pemberian karn diskon dan brosur serta undangan-undangan launching acara dan potong rambut secara gratis, dan juga mengadakan berbagai even khusus anak-anak misalnya lomba-lomba gaya rambut dan peragaan busana untuk anak-anak, serta promosi iklan komersial di media-media cetak seperti Jawa Pos, Siaran radio seperti Istara, Hard Rock.

2.8. Organisasi

Salali satu hal yang penting dalam operasi perusahaan adalah sumber daya manusia. Oleh karena itu, *Kiddy Cuts* merekrut beberapa tenaga ahli berpengalaman yang meliputi tenaga untuk potong dan tata rambut anak-anak yang dapat menghadapi anak-anak, juga tenaga berpengalaman untuk menjaga dan mendidik anak-anak yang memiliki pengetahuan mengenai anak-anak yang ditiptikan di *Kiddy Cuts*. Dan juga merekrut tenaga kasir yang jujur dan bert angung jawab.

2.9. Pendanaan

Kiddy Cuts merupakan badan usaha berbentuk Firma, karena terdiri dari dua orang yang secara bersama-sama menjalankan operasi penisahaan di bawah satu nama. Modal awal pendinan *Kiddy Cuts* diperkirakan sebesar Rp.405.000.000. Komposisi modal terbagi menjadi dua bagian dimana masing-masing pemilik modal menyetorkan dananya masing-masing sebesar 60 % dari Parikesit melalui bantuan orang tua dan hasil penjualan mobil Daihatsu Tanma serta pencairan dana deposito. 40 % dari Yuska melalui bantuan orang tua dan hasil penjualan Honda Ferio.