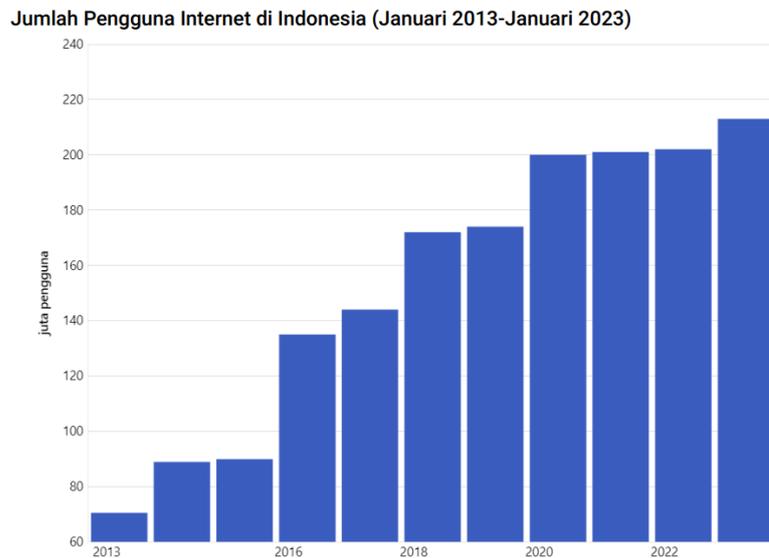


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Di era digital dan pesatnya perkembangan teknologi, terbuka peluang besar bagi para pengusaha untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Perkembangan ini akan menawarkan akses informasi yang lebih baik dan mudah sehingga menciptakan peluang besar bagi para pengusaha. Dengan bantuan informasi yang tersedia, pengusaha dapat memperoleh berbagai keuntungan dan pengetahuan yang mereka butuhkan. Selain itu semakin banyak peluang untuk berpartisipasi dalam inovasi bisnis baru dengan bantuan teknologi dan pengetahuan. Hal ini menciptakan lingkungan yang mendukung pengusaha dalam memetakan potensi dan mengembangkan bisnisnya.



Gambar I. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

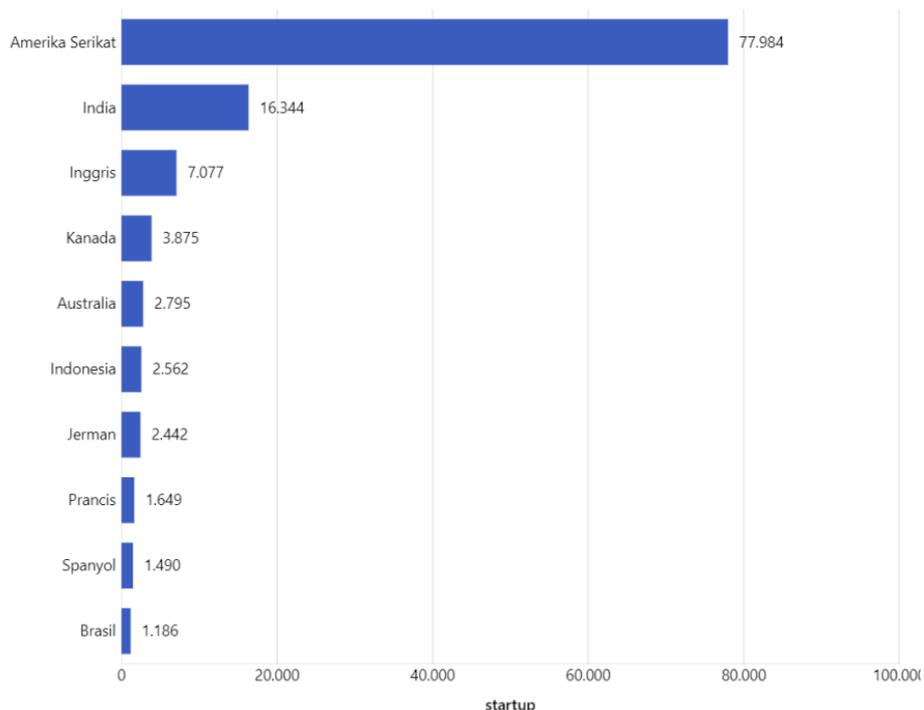
(Sumber: databoks.katadata.co.id, 2023)

Berdasarkan Gambar I.1 pengguna internet di Indonesia meningkat setiap tahunnya. Dengan jumlah pengguna internet pada tahun 2023 sebesar 213 juta. Perkembangan ini menjadi medan yang sangat menguntungkan untuk memulai bisnis, terutama mengingat pentingnya internet dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini, internet telah menjadi kebutuhan utama masyarakat sehingga membuka banyak peluang bisnis. Mendirikan perusahaan yang berfokus pada solusi internet dapat memberikan manfaat yang signifikan baik dalam memenuhi kebutuhan pelanggan modern maupun dalam meningkatkan pangsa pasar yang sedang

berkembang. Dengan berkembangnya bisnis melalui media *online*, didukung dengan penyebaran internet yang sangat pesat, banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru dengan platform *web* (*web-based*), yang disebut dengan *startup*. *Startup* adalah bisnis berbasis IT yang menawarkan layanan atau produknya secara *online* maupun *offline*.

Perkembangan perusahaan *startup* di Indonesia sudah mencapai tingkat yang pesat, hal ini terlihat jelas dari data statistik. Berdasarkan Gambar I.2, Indonesia termasuk dalam sepuluh negara teratas untuk *startup*, bahkan berada diperingkat keempat. Data menunjukkan total jumlah *startup* di Indonesia mencapai 2.502 *startup*. Pertumbuhan signifikan ini juga mencerminkan dukungan ekosistem *startup* Indonesia yang terus berkembang, sehingga memberikan landasan yang kuat untuk mendorong inovasi dan pertumbuhan bisnis baru di masa depan.

10 Negara dengan Jumlah Startup Terbanyak di Dunia (11 Januari 2024)



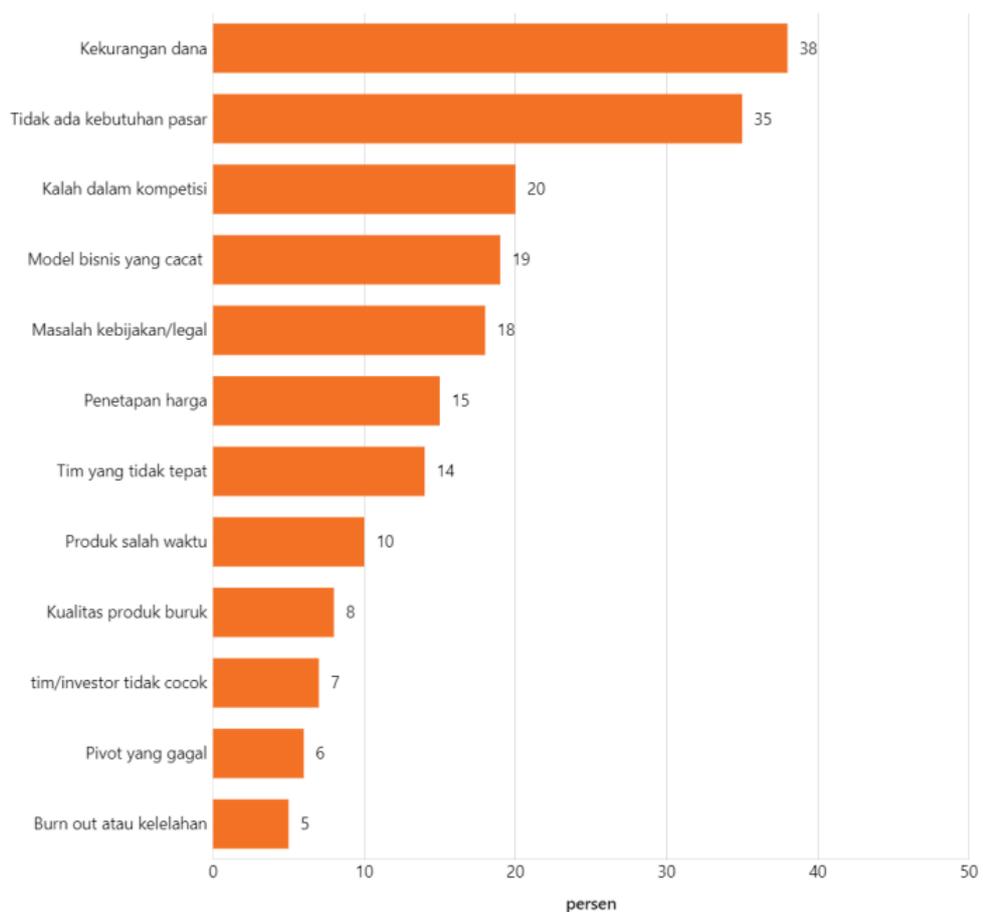
Gambar I. 2 Negara yang Memiliki *Startup* Terbanyak

(Sumber: databoks.katadata.co.id, 2024)

Meskipun banyak *startup* yang didirikan di Indonesia, namun banyak juga yang gagal karena kurangnya kelayakan bisnis. Pada Gambar I.3 menunjukkan berbagai alasan utama kegagalan *startup*, di mana kekurangan dana merupakan

faktor terbesar dengan persentase 38%. Selain itu, 35% *startup* gagal karena tidak adanya kebutuhan pasar yang memadai. Faktor-faktor lainnya termasuk kalah dalam kompetisi (20%), model bisnis yang cacat (19%), masalah kebijakan atau legal (18%), penetapan harga yang tidak tepat (15%), dan tim yang tidak tepat (14%). Selain itu, ada juga yang gagal karena produk yang diluncurkan tidak sesuai waktu (10%), kualitas produk yang buruk (8%), tim atau investor yang tidak cocok (7%), pivot yang gagal (6%), serta *burnout* atau kelelahan (5%). Kombinasi dari berbagai faktor ini menyoroti pentingnya perencanaan yang komprehensif, pemahaman mendalam terhadap pasar, serta pengelolaan sumber daya yang efektif untuk meningkatkan peluang keberhasilan sebuah *startup*.

Alasan Bisnis Startup Gagal (2021)



Gambar I. 3 Alasan Bisnis *Startup* Gagal

(Sumber: databoks.katadata.co.id 2022)

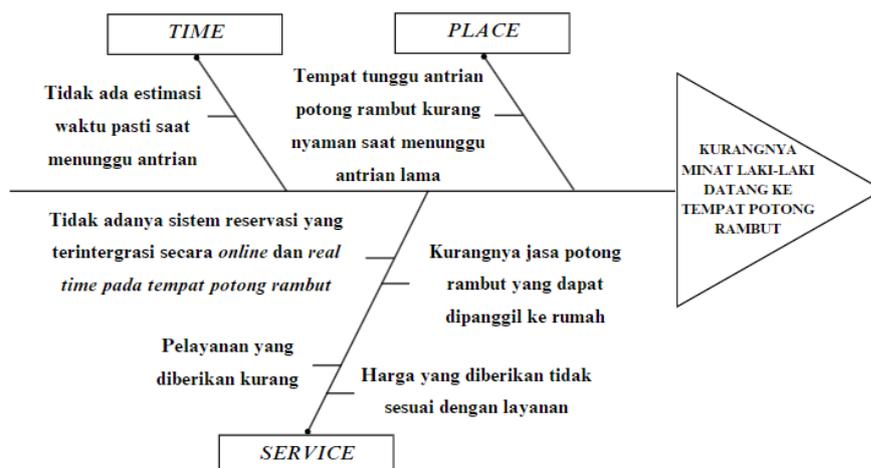
Saat ini tercatat setidaknya ada 5000 *brand barbershop* yang tersebar di seluruh Indonesia. Pertumbuhannya 20-30% setiap tahun (UKMIndonesia.id, 2022). Di

Kota Bandung sendiri, jumlah *barbershop* terdapat lebih dari 300 *brand* (*google maps*, 2024). Kata “barber” berasal dari bahasa Latin “*barba*” yang berarti janggut. Sejarah tukang cukur sudah ada sejak 6000 tahun lalu, dimulai dari bangsawan Mesir yang menggunakan alat-alat dari batu api atau cangkang tiram. Kata “*tonorial*” juga berkaitan dengan layanan *barbershop*, berasal dari kata Latin “*tonsor*” dan “*tondere*”. Pada abad pertengahan, tukang cukur juga berperan sebagai praktisi medis dan dikenal sebagai tukang cukur-bedah. Profesi ini dipisahkan pada tahun 1745, dengan tukang cukur mempertahankan tiang sebagai simbol mereka, yang terdiri dari garis merah (darah), putih (perban), dan biru (pembuluh darah). Sejak pertengahan 1800-an, profesi tukang cukur menjadi lebih profesional, dengan negara bagian Minnesota mengesahkan lisensi tukang cukur pada tahun 1897. Saat ini, tukang cukur harus terlatih, dilisensikan, dan diperiksa oleh lembaga negara bagian dan lokal.

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2014) *customer pains* meliputi emosi yang negatif, hal-hal yang tidak diinginkan, situasi yang tidak diharapkan, dan risiko yang dialami oleh pelanggan, sementara *customer gains* adalah keuntungan yang diharapkan oleh pelanggan baik secara fungsional, emosional, maupun biaya. Oleh karena itu, dalam tugas akhir ini dilakukan wawancara untuk menggali *customer pains*, dan *customer gains*. Berdasarkan *customers pains* diketahui bahwa potongan tidak sesuai harapan, harga yang diberikan tidak sebanding dengan kualitas layanan, waktu tunggu yang lama meskipun sudah membuat janji sebelumnya, pelayanan terburu-buru atau kurang ramah, kondisi *barbershop* yang kurang bersih atau terlalu ramai, dan keterampilan barber dalam menangani jenis rambut tertentu kurang. Berdasarkan *customer gains* diketahui bahwa pelanggan mencari barber yang profesional, ramah, dan komunikatif, harga yang transparan, waktu tunggu yang minim, kebersihan dan kenyamanan, serta program loyalitas atau diskon. Berdasarkan hasil wawancara tersebut terdapat potensi pasar untuk mengembangkan bisnis Barbercome.

Menanggapi kebutuhan ini, kelompok inovasi menghadirkan *startup* baru bernama Barbercome. Kelompok inovasi ini merupakan bagian dari program *wrap entrepreneur*, sebuah program inkubasi bisnis *startup* di Bandung *Techno Park* (BTP). Di mana kelompok ini terdapat tiga peran utama yaitu *hustler*,

hipster, dan *hacker*. *Hustler* bertanggung jawab atas manajemen bisnis Barbercome, *hipster* bertanggung jawab pada desain dan *branding* Barbercome, sementara *hacker* bertanggung jawab atas pengembangan aplikasi Barbercome. Pada tugas akhir ini fokus pada manajemen bisnis analisis kelayakan dari *startup*. *Startup* ini didirikan pada tahun 2023 oleh La Ode Idgam dan Adriansyah serta rekan-rekannya. Barbercome adalah platform aplikasi yang menampung mitra barber atau *barbershop* dan memberikan konsumen kendali penuh atas pengalaman potong rambut mereka dengan layanan panggilan dan pemesanan antrian di *barbershop*. Pelanggan tidak lagi terikat dengan jadwal yang tetap dan tidak perlu menunggu lama di *barbershop*. Mereka dapat dengan mudah mengatur waktu dan tempat yang nyaman untuk layanan. Selain itu, Barbercome menawarkan akses langsung ke tukang potong rambut berkualitas tinggi yang disertai dengan rating pada *barbershop* dan barber, memastikan kepuasan maksimal pada setiap potong rambut. Barbercome juga menetapkan harga minimal sehingga harga dapat dikendalikan dan juga sudah tertera langsung pada saat akan melakukan pemesanan. Dengan cara ini, Barbercome tidak hanya mengubah cara konsumen menerima layanan potong rambut, namun juga menghadirkan inovasi dalam industri potong rambut yang terus berkembang. Untuk lebih menggambarkan latar belakang pendirian *startup* Barbercome, identifikasi akan dijabarkan melalui *fishbone diagram* sebagai berikut:



Gambar I. 4 *Fishbone Diagram*

Berdasarkan Gambar I.6, berikut merupakan penjelasan dari akar permasalahan dari mengapa *startup* Barbercome perlu didirikan berdasarkan kategori *place*, *service*, dan *time*:

a. *Place*

Permasalahan yang berkaitan dengan *place* dalam penelitian ini yaitu tempat tunggu antrian potong rambut kurang nyaman saat menunggu antrian lama. Banyak pelanggan merasa kurang nyaman karena fasilitas yang kurang memadai, seperti ruang tunggu yang sempit dan sedikitnya jumlah kursi tunggu yang ada. Hal ini diketahui berdasarkan wawancara pada *customer pains* yang terdapat pada Lampiran.

b. *Service*

Permasalahan yang berkaitan dengan *service* dalam penelitian ini yaitu tidak adanya sistem reservasi yang terintegrasi secara *online* dan *real time*. Masih banyak tempat potong rambut yang belum menerapkan sistem reservasi tersebut. Hal ini menyebabkan pelanggan harus datang langsung ke tempat potong rambut atau membuat janji, yang sering kali kurang efisien dan dapat menyebabkan ketidakpastian dalam jadwal. Tabel I.1 merupakan beberapa *barbershop* di Kota Bandung yang sistem reservasinya masih menggunakan *whatsapp* atau telepon.

Tabel I. 1 *Barbershop* di Bandung yang Sistem Reservasinya Menggunakan WhatsApp atau Telepon

Nama Barbershop	Media Reservasi
Barberfit	<i>WhatsApp</i>
Barbershop by Gustav	Telepon/ <i>WhatsApp</i>
Barberstudio 88	<i>WhatsApp</i>
Preen Barbershop	<i>WhatsApp</i>
Inks Barbershop	<i>WhatsApp</i>
De Fred Barber	Telepon/ <i>WhatsApp</i>
Brocode Barber	<i>WhatsApp</i>
AD_Barber	<i>WhatsApp</i>
BarBerBos	<i>WhatsApp</i>

(Sumber: Instagram, 2024)

Permasalahan lain yaitu kurangnya jasa potong rambut yang dapat dipanggil ke rumah. Tabel I.2 merupakan beberapa platform tukang potong rambut panggilan yang telah beroperasi. Saat ini, di Indonesia masih terdapat keterbatasan dalam ketersediaan aplikasi yang menyediakan layanan potong rambut dan platform untuk melakukan *booking* antrian di berbagai *barbershop*. Jumlah aplikasi semacam itu masih jarang dijumpai, yang dapat mengakibatkan kurangnya opsi bagi konsumen yang ingin memperoleh layanan potong rambut dengan lebih mudah dan efisien.

Tabel I. 2 Platform Potong Rambut Panggilan dan *Booking* Antrian *Barbershop*

Nama Perusahaan	Layanan	Wilayah
Hairned Studio	<i>Website</i> potong rambut panggilan khusus untuk di <i>barbershop</i> Hairned Studio.	Jakarta, Bandung
Minutes	Aplikasi <i>booking</i> antrian <i>barbershop</i> .	Indonesia
D'kapster	Aplikasi potong rambut panggilan.	Jabodetabek
Pang-Ling	Aplikasi potong rambut panggilan.	Indonesia
Barberhub	Aplikasi potong rambut panggilan dan <i>booking</i> antrian <i>barbershop</i> .	Indonesia

(Sumber: Instagram, 2024)

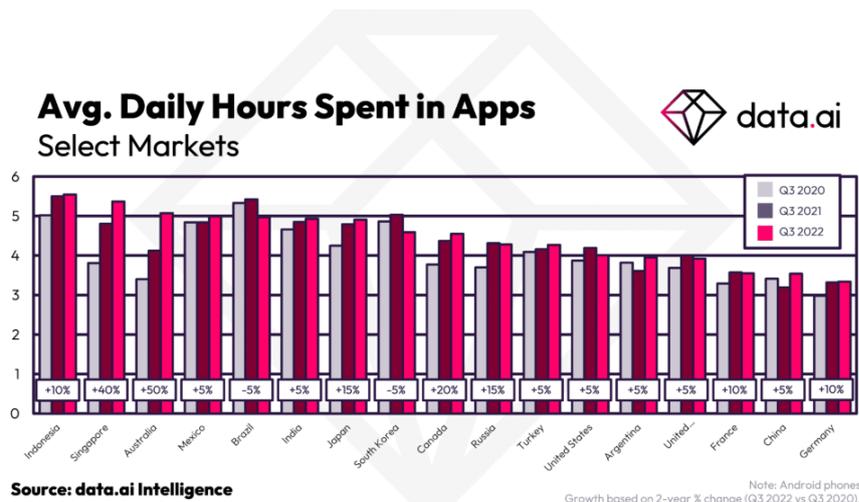
Permasalahan lain yang menjadi keresahan pelanggan adalah pelayanan yang diberikan kurang seperti hasil potongan yang tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan dan juga barber tidak ramah. Harga yang diberikan pun tidak sesuai dengan layanan yang diberikan dan tidak diinformasikan terlebih dahulu. Hal ini diketahui berdasarkan hasil wawancara *customer pains* yang terdapat pada Lampiran.

c. *Time*

Permasalahan yang berkaitan dengan *service* dalam penelitian ini yaitu tidak ada estimasi waktu pasti saat menunggu antrian. Hal ini menyebabkan ketidaknyamanan dan ketidakpastian bagi pelanggan yang harus menunggu

tanpa tahu berapa lama lagi mereka akan dilayani. Kurangnya estimasi waktu yang pasti juga menyulitkan pelanggan dalam mengatur waktu mereka sendiri, terutama bagi mereka yang memiliki jadwal padat. Hal ini diketahui berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu *barbershop*, Rumit Studio di Jalan Selontongan Kota Bandung.

Berdasarkan identifikasi empat akar masalah, alternatif solusi yang diberikan adalah membuat platform aplikasi *mobile* reservasi potong rambut di *barbershop* dan potong rambut panggilan ke rumah untuk pemesanan dan manajemen layanan yang lebih tertata. Solusi tersebut dipilih karena dapat menjawab dua akar permasalahan. Aplikasi *mobile* dipilih daripada *web mobile* dikarenakan menawarkan pengalaman pengguna yang lebih baik, fitur yang lebih lengkap, kecepatan yang lebih tinggi, dan tingkat konversi yang lebih tinggi dibandingkan dengan situs *web mobile*. Selain itu aplikasi *mobile* juga memungkinkan pengguna notifikasi *push* yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan pengguna dan retensi. Gambar I.7 menunjukkan rata-rata jam harian yang dihabiskan pengguna dalam aplikasi di berbagai pasar selama kuartal ketiga tahun 2020, 2021, dan 2023. Indonesia menunjukkan peningkatan signifikan dalam penggunaan aplikasi, dengan kenaikan 10% masing masing dari Q3 2020 – Q3 2022. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pengguna semakin mengandalkan aplikasi *mobile* untuk berbagai aktivitas mereka.



Gambar I. 5 Data Rata-rata Jam Harian yang Dihabiskan Pengguna dalam Aplikasi
(Sumber: Data.ai, 2024)

Aplikasi *mobile* ini memungkinkan layanan potong rambut di rumah, sehingga pelanggan tidak perlu pergi ke *barbershop*. Selain itu, aplikasi ini akan menawarkan jadwal yang fleksibel, seperti layanan di malam hari atau akhir pekan. Aplikasi ini juga akan memungkinkan *booking* antrian *barbershop* untuk pemesanan dan manajemen layanan yang lebih teratur. Berikut merupakan data hasil survei yang dilakukan oleh Barbercome mengenai kebutuhan masyarakat terhadap platform tukang cukur panggilan dan pemesanan antrian di *barbershop*.



Gambar I. 6 Survei Layanan Potong Rambut Panggilan

(Sumber: Barbercome, 2023)



Gambar I. 7 Survei Layanan *Booking* Antrian *Barbershop*

(Sumber: Barbercome, 2023)

Dari hasil survei tersebut, lebih dari 60% responden menunjukkan minat terhadap adanya platform tukang cukur panggilan dan pemesanan antrian di *barbershop*.

Hal ini menunjukkan adanya potensi pasar yang signifikan dan permintaan yang cukup tinggi dalam masyarakat terkait layanan tersebut. Pemilihan solusi ini diharapkan dapat menyelesaikan seluruh permasalahan yang telah diidentifikasi. Mengingat *startup* ini masih baru, perlu dilakukan studi kelayakan yang mencakup analisis pasar, teknis, dan finansial, serta sensitivitas dan manajemen risiko. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan apakah *startup* Barbercome harus dilanjutkan, ditingkatkan, atau dihentikan.

I.2 Perumusan Masalah

Terdapat beberapa pokok permasalahan yang akan ditinjau yaitu:

1. Bagaimana kelayakan aspek pasar, aspek teknis, aspek hukum, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek lingkungan, serta aspek finansial dari bisnis *startup* Barbercome?
2. Bagaimana sensitivitas bisnis *startup* Barbercome?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan kelayakan bisnis *startup* Barbercome dilihat dari aspek pasar, aspek teknis, aspek hukum, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek lingkungan, serta aspek finansial dari bisnis *startup* Barbercome.
2. Menentukan sensitivitas bisnis *startup* Barbercome.

I.4 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini bermanfaat bagi Barbercome untuk menjadi pertimbangan dalam membuka usaha di Kota Bandung.
2. Memberikan informasi apakah usaha Barbercome layak dijalankan atau tidak berdasarkan analisis studi kelayakan.

I.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir yang diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai uraian latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan tugas akhir, batasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi mengenai definisi, konsep dan proporsi yang disusun rapi serta sistematis tentang variabel dalam sebuah penelitian. Hal ini akan menjadi dasar yang kuat dalam melakukan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai metodologi penelitian yang dijelaskan dengan cara atau langkah penelitian, meliputi tahap pendahuluan, tahap pengumpulan data, tahap pengolahan data, tahap verifikasi, tahap validasi, kesimpulan dan saran.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi mengenai proses pengumpulan dan pengolahan data pada penelitian.

BAB V ANALISIS

Bab ini berisi mengenai proses verifikasi, validasi, serta analisis hasil perancangan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari penelitian dan saran untuk penelitian.