

▶ PELUANG KEMITRAAN

Mencukur Laba dari Bisnis Layanan Jasa Barbershop

Kegiatan mengunjungi salon tidak lagi terbatas hanya untuk kaum hawa. Belakangan ini, kaum pria pun semakin gemar mengunjungi salon dan melakukan berbagai aktivitas yang berhubungan dengan grooming untuk membuat penampilan mereka menjadi lebih menarik.

Ruseta Situmorang
ruseta@bisnis.com

Salah satu kegiatan yang paling sering dilakukan pria saat mengunjungi salon adalah memangkas dan merawat model rambut. Meski tidak sempat penerapan dalam urusan waktu, para pria akan merasa lebih senang jika mereka memiliki model rambut yang sesuai dengan gaya dan kepribadiannya. Jenis layanan yang sering diminta biasanya pangkas biasa hingga pangkas dengan gaya tertentu.

Kendali banyak salon wanita yang juga melayani pangkas rambut pria, tidak semua pria merasa nyaman

melakukan treatment di salon wanita. Kondisi tersebut membuat salon khusus pria atau barbershop semakin menarik.

Saat ini, barbershop mudah ditemukan di berbagai lokasi, mulai dari mall hingga ke gang-gang di permukiman penduduk. Usaha ini masih dinilai prospektif sebab jumlah pengguna jasa yang besar, yakni semua pria, mulai dari anak-anak hingga lansia. Rata-rata seorang pria akan memangkas rambutnya satu kali sebulan, bahkan ada yang melakukannya sekali dalam dua pekan.

Peminatan yang tinggi membuat banyak pelaku usaha baru di bidang barbershop terus bermunculan. Di sisi

▶ Barbershop tumbuh menjalar di Tanah Air, seiring dengan semakin tingginya permintaan terhadap jasa yang ditawarkan.

▶ Rata-rata kaum pria memangkas rambut sekali atau dua kali dalam sebulan.

▶ Para pelaku usaha menawarkan kemitraan dengan nilai investasi yang beragam.

lain, banyak juga para pelaku usaha yang mengembangkan usahanya dengan sistem kemitraan atau waralaba.

Cara ini, selain efektif untuk mengembangkan usaha, juga memberikan kesempatan kepada calon pemodal yang ingin terjun menjadi *entrepreneur* tanpa harus memisalkan dari nol.

Berikut ini ulasan beberapa penyedia kemitraan barbershop yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Anda yang tertarik bercimpung di bisnis ini. **E**

Grand Macho

Pelaku usaha lain yang juga menawarkan kemitraan bisnis salon pria adalah Yehanes Nugroho Wahyu Widarto, pemilik merek Grand Macho. Usaha yang berkulam di Jalan Perumnas Blok A Nomor 58 Condong Sari, Depok Sleman, Yogyakarta ini mulai didirikan Nugroho sejak 2010.

Layanan yang disediakan di Grand Macho mulai dari paket dasar, seperti pangkas rambut, keramas dan pijat, hingga layanan tambahan, seperti *shampooing, coloring, dan tato rambut*. Tarifnya berbeda-beda tergantung daerah dan jenis layanannya. Contohnya, pangkas rambut dibanderol mulai dari Rp15.000 untuk daerah Jawa Tengah, sementara untuk daerah Surabaya dipatok mulai Rp25.000 dan di Bekasi Rp30.000.

Grand Macho mulai menawarkan kemitraan setelah dua tahun beroperasi, yakni sejak 2012. Saat ini, jumlah cabang sudah mencapai 63 unit. Dari jumlah tersebut, lima di antaranya adalah cabang yang dimiliki sendiri dan sisanya milik mitra. Lokasinya tersebar di berbagai daerah, seperti Yogyakarta, Klates, Kota Solo, Sukoharjo, Boyolali, Karanganyar, Salatiga, Banjarnegara, Kediri, Surabaya, dan Bekasi.

Ada dua paket kemitraan

yang ditawarkan Grand Macho, yaitu paket Rp70 juta dan paket Rp70 juta. Perbedaan keduanya terletak pada pembayaran *franchise fee*.

"Untuk paket Rp50 juta, biaya kemitraan digabungkan dengan royalti, yakni sebesar 20% dari omzet kerja. Sementara itu, untuk paket Rp70 juta, mitra sudah membayar biaya kemitraan sebesar Rp25 juta di muka sehingga hanya perlu membayar royalti fee sebesar 10% dari omzet bulanan."

Selain menyediakan modal investasi, mitra juga perlu menyediakan tempat usaha dengan lokasi di daerah pemukiman. Tempatnya bisa berupa ruko atau di rumah dengan luas sekitar 5x6 meter.

"Sebelum meneken MoU, kami akan survei lokasi terlebih dulu. Jika tempatnya dianggap sesuai, kami set up sesuai standar Grand Macho dan kami selesaikan dua orang tenaga kerja per gerai. Manajemen pusat memberikan *back up, monitoring* SDM, dan manajemen secara penuh," tuturnya.

Lama proses persiapan hingga *grand opening* biasanya memakan waktu tiga minggu. Mitra dapat langsung mengoperasikan usahanya sesuai semua peralatan awal dan bahan baku diperlukan serta tenaga kerja sudah disediakan.

Mitra diperlukan dapat

balik modal dalam tiga tahun, dengan asumsi setiap gerai dapat mendapat 25 orang pengunjung setiap hari.

"Setelah dipotong biaya royalti, bahkan buku dan operasional serta komisi tukang pangkas, setiap mitra bisa mendapatkan keuntungan minimal 30%," jelas Nugroho yang mempromosikan bisnisnya lewat situs www.grandmacho.com dan Twitter dengan akun @grand_macho.

Pria 48 tahun tersebut ini menilai prospek bisnis salon pria masih sangat menjanjikan. Pasalnya, keberadaan salon pria akan selalu dibutuhkan terus menerus.

Agar pasarnya semakin luas, Grand Macho juga mengembangkan variasi layanan. Saat ini, dia menjadi penyuplai pomade yang sedang kembali tren di kalangan pria.

Dia juga melakukan uji coba layanan home service, yakni layanan pangkas di rumah klien. Dia melihat kalangan potensial untuk layanan ini, yaitu para lansia atau orang sakit yang tidak memiliki waktu untuk datang ke barbershop.

"Mungkin kami akan mengembangkan kerja sama dengan hotel-hotel yang meminta layanan jasa pangkas rambut yang seragam bagi pegawai/karyawan. Dengan semua pengembangan ini, saya yakin usaha barbershop tidak akan pernah mati," jelasnya.



Paxi Barbershop

Salah satu pelopor bisnis salon pria di pusat perbelanjaan di Tanah Air adalah Paxi Barbershop yang didirikan Armen Noor. Barbershop yang berpusat di Jalan Lebak Bulus 1 Nomor 32, Jakarta Selatan ini dirintis sejak 1982.

Cikal bakalnya bermula dari Salon Wijaya Pax yang berlokasi di Grand Wijaya, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Kemudian, dia mengganti nama merek usahanya menjadi Paxi Barbershop sejak pindah ke Mal Plaza Senayan pada 1999.

Armen mulai menawarkan kemitraan sejak 2007. Kendati saat ini aktivitas pergi ke salon belum terlalu tren di kalangan pria, dia sudah memprediksi bahwa bisnis tersebut akan semakin berkembang.

Lewat layanan salon yang berlokasi di dalam pusat perbelanjaan, Armen membidik segmen pasar menengah ke atas yang memang lebih peduli dengan perawatan rambut.

Ada sejumlah layanan yang disediakan Paxi Barbershop, mulai dari pangkas rambut, *creambath*, *triflex* dan pijat, hingga memangkas rambut dan *shampooing*. Tarif yang dikenakan untuk setiap treatment berbeda-beda. Promosi, atau memang pangkas rambut dewasa Rp600.000, pangkas rambut anak-anak Rp75.000, dan pangkas grooming Rp100.000. Adapun,

layanan lain dibanderol mulai dari Rp35.000 untuk cukur atau *shaving*, hingga Rp110.000 untuk perawatan rambut.

Sejak menawarkan kemitraan pada 2007, Paxi Barbershop memiliki lima orang mitra dengan total cabang 20 gerai. Lokasinya tersebar di sejumlah daerah, yakni Jakarta, Bandung, Surabaya, Makassar, Pontianak, dan Medan. Selain itu, ada juga dua gerai yang dimiliki pusat.

Untuk menjadi mitra Paxi Barbershop, ada sejumlah syarat yang harus dipenuhi calon mitra. Salah satu poin paling penting adalah menyediakan lokasi usaha di dalam mall.

Lokasi yang disarankan yakni dekat dengan eskalator ataupun dekat area angkutan taxi mandiri (ATM) dengan luas minimal 30 m².

"Investasinya lebih pada sewa lokasi usaha. Adapun, untuk biaya kemitraan biasanya sekitar 20% dari uang muka untuk sewa lokasi usaha selama lima tahun. Jadi, jumlahnya berbeda-beda tergantung lokasi dan daerahnya, dengan rata-rata sebesar Rp100 juta," jelas Armen.

Setelah dikurasi tersebut, mitra akan mendapatkan semua perlengkapan, bahan baku, serta akan dibantu dengan yang terlihat dengan jumlah sekitar empat hingga lima orang per gerai. Selain itu, ada juga tenaga kerja

lain yang diperlukan, seperti kasir dan *cleaning service*, dengan jumlah total sekitar 14 orang.

Armen mengungkapkan persyaratan yang paling dia utamakan dari calon mitra adalah mampu bekerja sama dengan jujur. Selama ini, banyak mitra usaha yang melakukan kecurangan sehingga dia pun terpaksa tidak memperpanjang kontrak.

Syarat lainnya, calon mitra juga harus bersedia untuk menyedisi dua operasional selama delapan bulan pertama. Pada masa itu, jumlah omzet dinilai belum terlalu stabil dan pengunjungnya pun masih rata-rata 10-12 orang.

Jumlah pengunjung Paxi Barbershop setiap harinya dianggarkan minimal 20 orang per hari. Bila setiap pengunjung rata-rata menghabiskan sekitar Rp100.000 setiap gerai diperkirakan mampu menghasilkan omzet Rp60 juta per bulan.

Sistem kerja sama yang dia terapkan berupa pembagian keuntungan 9% dari omzet kerja kepada pemilik merek. Adapun, tidak banyak konsumen dari kalangan ekonomi menengah, *high middle* low, *middle middle*, hingga *middle up*.

"Kami menawarkan kelebihan sebagai barbershop untuk keluarga. Saat sang ayah memangkas rambutnya, anggota keluarga lainnya, seperti anak, istri, atau kakak dan adik juga dapat melakukan treatment lain, seperti pijat refleksi atau *creambath*," jelasnya.

Strategi tersebut diamblynya agar mampu bersaing di tengah menjajarnya penyedia jasa barbershop saat ini.

Berikut, hingga saat ini King's Cut telah memiliki sekitar 700

King's Cut The Family Barbershop



Tawaran kemitraan bisnis barbershop lainnya datang dari King's Cut The Family Barbershop. Sesuai dengan namanya, usaha salon pria yang dimiliki Bayu Hanto Purwoko ini mengunggulkan *positioning* sebagai *one stop family service* untuk kebutuhan keluarga.

King's Cut The Family Barbershop mulai ditintis Bayu sejak akhir 2010 dan mulai resmi beroperasi pada awal 2011.

Adapun, segmen pasar yang dibidik, adalah konsumen dari kalangan ekonomi menengah, *high middle* low, *middle middle*, hingga *middle up*.

"Kami menawarkan kelebihan sebagai barbershop untuk keluarga. Saat sang ayah memangkas rambutnya, anggota keluarga lainnya, seperti anak, istri, atau kakak dan adik juga dapat melakukan treatment lain, seperti pijat refleksi atau *creambath*," jelasnya.

Strategi tersebut diamblynya agar mampu bersaing di tengah menjajarnya penyedia jasa barbershop saat ini.

Berikut, hingga saat ini King's Cut telah memiliki sekitar 700

anggota yang biasanya datang dengan dua hingga tiga anggota keluarga.

Selama empat tahun masa operasi, jumlah gerai King's Cut terus berkembang dan saat ini telah ada di tiga lokasi yang semuanya berada di Tangerang. Dua di antaranya merupakan cabang sendiri dan sisanya cabang yang dimiliki oleh investor, tetapi dioperasikan oleh manajemen pusat.

Bayu menyebutkan dia tidak ragu gabalah dalam menjalankan kemitraan. Padahal, dia mengaku sudah ada puluhan permintaan dari pihak-pihak yang tertarik untuk bergabung menjadi mitra King's Cut.

Saat ini, King's Cut menawarkan dua paket kemitraan, yakni paket investasi Rp60 juta dan paket investasi Rp75 juta. Perbedaan keduanya terletak pada kuota styfist.

Untuk paket Rp60 juta, mitra mendapatkan dua orang styfist, sementara untuk paket Rp75 juta mendapat tiga orang styfist sebagai tenaga kerja di salannya.

Dalam kedua paket kemitraan tersebut, semua perlengkapan dan bahan baku awal disediakan

oleh manajemen pusat. Adapun, operasional salon dilakukan oleh mitra.

Selain itu, dia juga menyediakan modal investasi, di mana pengoperasian barbershop dilakukan oleh manajemen pusat sementara mitra hanya berperan sebagai investor.

Dari perhitungan Bayu, mitra dapat balik modal paling cepat sekitar enam hingga tujuh bulan dan maksimal dalam 19 bulan, dengan asumsi jumlah pengunjung di tiap gerai minimal 25 orang dan rata-rata menghabiskan sekitar Rp50.000 per orang untuk treatment pangkas rambut dan keramas.

"Pembagian keuntungan untuk modal investasi sekitar 10% untuk manajemen fee. Adapun, untuk sistem kemitraan, semua keuntungan menjadi milik mitra sebab kami tidak membebankan royalti fee," jelasnya.

Omni dari barbershop juga ditunjang dengan adanya penjualan produk berbagai jenis yang diproduksi King's Cut The Family Barbershop. Pomade premium ini dibanderol harga Rp130.000.

