

ABSTRAK

Pertumbuhan penduduk Indonesia berusia muda membawa potensi perkembangan industri secara positif. Hasil Sensus Penduduk tahun 2020 oleh Badan Pusat Statistik (2021) menunjukkan peningkatan jumlah penduduk Indonesia dalam sepuluh tahun terakhir. Komposisi penduduk Indonesia saat ini didominasi oleh mereka yang lahir pada tahun 1997 – 2012. Komposisi demografi yang didominasi oleh generasi muda hingga menengah yaitu generasi Z dan milenial, menciptakan tren pasar berbeda dari generasi sebelumnya. *Deloitte Consumer Insight* (2020) berjudul “*Dawn of the Digital Age in Indonesia*” menunjukkan bahwa saat ini konsumen Indonesia semakin sadar akan cara produksi pangan yang mereka konsumsi, serta memprioritaskan pilihan produk yang lebih sehat. Salah satu industri lokal potensial yang memiliki pertumbuhan positif dalam beberapa waktu terakhir adalah kosmetik, yang termasuk di dalamnya adalah produk perawatan rambut. Fenomena ini menciptakan peluang bagi pemain lokal untuk menciptakan produk perawatan rambut organik.

Tujuan penelitian ini adalah merancang model bisnis perawatan rambut organik berbasis pola kemitraan alih daya produksi bagi Aphroditt Hair sehingga dapat bersaing di pasar produk perawatan rambut Indonesia. Pola kemitraan alih daya produksi dipilih dalam penelitian ini karena memungkinkan Aphroditt Hair berfokus pada kompetensi utama, serta memungkinkan potensi penghematan biaya karena terciptanya skala ekonomi. Penelitian ini menggunakan desain kualitatif didukung oleh data kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil survei berupa kuesioner kepada 60 responden wanita berusia 16 - 45 tahun dengan teknik *purposive sampling*, serta wawancara kepada *contract manufacturer* yaitu PT. Nose Herbalindo. Data sekunder diperoleh dari kajian literatur dan jurnal terkait.

Model bisnis Aphroditt Hair menunjukkan bahwa produk shampoo, kondisioner dan serum merupakan jenis produk yang diharapkan konsumen. Produk diharapkan memberikan manfaat efektif dan memiliki jaringan pemasaran yang luas. Hasil analisa kelayakan ekonomi menunjukkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan, dengan NPV positif, $IRR > 8\%$ dan PP selama 3 tahun 11 bulan.

Kata Kunci: Perawatan Rambut Organik, Kemitraan Alih Daya Produksi

ABSTRACT

The growth of Indonesia's young population brings the potential for positive industrial development. The results of the 2020 Population Census by the Central Statistics Agency (2021) show an increase in Indonesia's population in the last ten years. The composition of the Indonesian population is currently dominated by those born in 1997 – 2012. The demographic composition is dominated by the young to middle generation, namely Generation Z and Millennials, creating different market trends from the previous generation. Deloitte Consumer Insight (2020) entitled “Dawn of the Digital Age in Indonesia” shows that nowadays Indonesian consumers are increasingly aware of the way they produce the food they consume, and prioritize healthier product choices. One potential local industry that has had positive growth in recent times is cosmetics, which includes hair care products. This phenomenon creates opportunities for local players to create organic hair care products.

The purpose of this research is to design an organic hair care business model based on a production outsourcing partnership pattern for Aphroditt Hair so that it can compete in the Indonesian hair care product market. The production outsourcing partnership pattern was chosen in this study because it allows Aphroditt Hair to focus on its core competencies, as well as enabling potential cost savings due to the creation of economies of scale. This study uses a qualitative design supported by quantitative data. The data collection method used primary and secondary data. Primary data obtained from the survey results in the form of a questionnaire to 60 female respondents aged 16 - 45 years with purposive sampling technique, as well as interviews with the contract manufacturer, namely PT. Nose Herbalindo. Secondary data were obtained from literature reviews and related journals.

Aphroditt Hair's business model shows that shampoo, conditioner and serum products are the types of products that consumers expect. Products are expected to provide effective benefits and have a broad marketing network. The results of the economic feasibility analysis show that this business is feasible to run, with a positive NPV, $IRR > 8\%$ and PP for 3 year 11 months.

Keywords: Organic Hair Care, Production Outsourcing Partnership