



INTISARI

Yogyakarta merupakan salah satu kota besar dengan jumlah penduduk usia remaja yang tinggi. Hal ini dikarenakan Yogyakarta tujuan sekolah dan kuliah, juga sebagai kota bisnis dan wisata. Perkembangan jaman membuat kebutuhan perawatan tubuh bukan hanya milik wanita, tetapi para pria semakin yang melakukannya, terutama penampilan rambut. Potensi tersebut direspon dengan tumbuhnya industri *barbershop* di Yogyakarta dengan berbagai konsep dan jenisnya. Usaha bisnis *barbershop* dengan menggunakan konsep *delivery service*, berbagai pelayanan lengkap, barber profesional dan penggunaan aplikasi online dinilai menjadi proposisi nilai yang menjawab kebutuhan konsumen saat ini.

Tujuan dari penelitian untuk mengetahui bisnis model dari sebuah barbershop dan juga untuk merancang model bisnis “*One Stop Barber*”. “*One Stop Barber*” merupakan barbershop dengan pelayanan lengkap yang menyediakan pelayanan *delivery service* dan *barber* bertindak sebagai konsultan serta dengan berbasis aplikasi online dalam pelayanannya. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif didukung metode kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan survei kuesioner. Hasil wawancara dan kuesioner dianalisis dengan peta empati dan dijadikan dasar dalam pembuatan model bisnis “*One Stop Barber*” dengan menggunakan Kanvas Model Bisnis.

Berdasarkan hasil analisis kelayakan bisnis, pembuatan bisnis “*One Stop barber*” mempunyai nilai NPV, IRR dan *Payback Period* (PP) yang layak dijalankan.

Kata kunci: model bisnis, *barbershop*.



ABSTRACT

Yogyakarta is one of the big city with a population of high teens. This is because Yogyakarta is the purpose of school and college, as well as commercial and tourism city. Changing times make body care needs not only belong to women, but men increasingly are doing it, especially the appearance of hair. The potential growth of the industry responded to the barbershop in Yogyakarta with various concepts and types. Barbershop business venture using the concept of delivery service, a complete range of services, professional barber and the use of online applications judged to be a value proposition that answer the needs of today's consumers.

The aim of the study to determine the model of a barbershop business and also to design a business model of "One Stop Barber". "One Stop Barber" is a shop with a complete service that provides delivery service and barber services act as a consultant as well as the online application based ministry. The method used is descriptive qualitative and quantitative methods are supported. Methods of data collection using interviews and a questionnaire survey. Interviews and questionnaires were analyzed with a map of empathy and used as the basis in making the business model of "One Stop Barber" by using the Business Model Canvas.

Based on the results of the business feasibility analysis, making a "One Stop barber" business has an NPV, IRR and Payback Period (PP) that are feasible to run.

Keywords: business models, barbershop.