BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Awal mula kebutuhan potong rambut pada remaja yang mempunyai fashion. Alasan yang paling simple mengapa radix harus mencoba usaha barbershop ataupun cukur rambut adalah karena jaman sekarang pria remaja butuh bergaya.

Menurut Mark simpson, jurnalis dan penulis asal inggris mengatakan, kebiasaan bergaya tidak hanya didominasi kaum perempuan saja. Menurut penelitiannya, para prai juga mulai menaruh perhatian besar terhadap penampilan. Dan, urusan paling penting dari penampilan pria adalah rambut, perihal pria dan penampilan ini belakangan disebut-sebut menjadi bagian dalam teori metroseksual.

Perhatian terhadap penampilan diri yang dinilai berlebihan, telah menjadi pasar baru yang terus digarap oleh Radix. Di media-media informasi baik tv, radio, maupun majalah, produk-produk khusus untuk kaum pria pun belakangan semakin sering di promosikan. Tak aneh jika urusan model rambut, pria remaja juga tak bisa tidak mengikuti tren model rambut terkini dengan model top dunia menjadi referensi. Bagi industri barbershop Radix, ini adalah peluang baru. Apalagi meskipun pria remaja memperhatikan penampilannya, tidak berarti mereka mau duduk di salon rambut berdampingan dengan perempuan.

Alhasil, pasar pria remaja dalam industry salon rambut pun berkembang, Barbershop Radix adalah konsep baru. Tidak hanya Radix salon khusus pun banyak di jumpai,sebut saja Barberpop, Maxx salon for men by Rudy Hadisuwarno, dan lain sebagainya. Selain tempat cukur Radix, tak bisa dilupakan masih banyak pangkas rambut tanpa nama yang menjamur. Mungkin fasilitas dan ketersedian tempat Radix yang terbilang memiliki konsep interior dan eksterior yang elegan. Dan ketika sudah menemukan atau mengaet pasar tertentu, maka bisnis barbershop Radix bisa jadi lahan kehidupan.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukankan di atas, maka permasalahan dalam penilitian adalah :

1. Barbershop Radix membutuhkan peningkatan jumlah konsumen baru.
2. Barbershop Radix membutuhkan pengembangan minat pasar yang lebih luas.

.I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka perumusan masalah dalm penelitian yang akan peneliti lakukan ini adalah :

1. Bagaimana kesiapan perusahaan Radix dengan *competitor* lain ?
2. Bagaimana strategi yang digunakan untuk penigkatan konsumen ?

I.4 Batasan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah maka pembahasan selanjutnya dalam penelitian ini hanya terbatas pada barbershop Radix yaitu :

1. masalah hanya dibatasi pada media promosi dan informasi.
2. target *audience* dibatasi pada audience berumur 18-27 tahun, dengan gender laki-laki , kalangan menengah ke atas daerah perkotaan di dataran rendah.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Tujuan perancangan ini :

1. Untuk mempromosikan barbershop radix kepada calon konsumen baru.
2. Untuk mempermudah konsumen baru melihat dan mengetahui dari fasilitas, layanan dan jasa barbershop radix.
3. Untuk membuat barbershop radix dapat mengembangankan minat pasar yang lebih luas.

Manfaat dari perancangan ini

1. Menciptakan kesadaran calon konsumen untuk menjadi pelanggan.
2. Menciptakan ketertarikan orang agar datang ke radix