

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dengan semakin berkembangnya jaman maka kebutuhan manusia pun turut berkembang. Tidak banyak kebutuhan sandang, pangan dan papan saja tetapi berkembang menjadi kebutuhan sekunder dan tertier. Kebutuhan sekunder dapat dipenuhi apabila 3 kebutuhan pokok tersebut telah terpenuhi. Sedangkan kebutuhan tertier merupakan kebutuhan manusia akan rasa puas. Peningkatan kebutuhan dan keinginan manusia tersebut berdampak pada penciptaan peluang usaha baru yang salah satunya adalah bisnis salon.

Saat ini salon merupakan salah satu icon gaul baik dikalangan anak-anak muda, ibu-ibu rumah tangga hingga kalangan eksekutif. Bahkan saat ini salon bukan hanya bagi kaum wanita saja akan tetapi kaum pria pun turut serta menikmati jasa salon untuk melakukan perawatan diri, hal ini terbukti dengan mewabahnya kaum metroseksual. Saat ini, bagi masyarakat salon sudah berupa kebutuhan atau gaya hidup. Sehingga salon dapat dinilai sebagai bisnis yang cukup menggiurkan bagi para pengusaha atau pemilik modal. Seiring waktu semakin banyak salon-salon yang bermunculan di kota-kota besar bak jamur di musim hujan. Fenomena menjamurnya bisnis salon tidak hanya melanda Jakarta, tapi juga kota-kota besar lainnya dari Bandung, Surabaya, dll. Di Jakarta seperti Lu Vaze salon, Peter Saerang salon, Jony Malanto salon, Lutuye salon, dll. Di Bandung ada Franky salon, Winny salon, Hetty salon, Anata salon, Hen's salon.

Dari data diatas menunjukkan bahwa salon mendapat tempat yang baik di kalangan penggemarnya. Hal tersebut dapat menciptakan persaingan yang kompetitif.

Salah satu faktor penting yang menentukan berhasil atau tidaknya perusahaan dalam memasarkan, menjual, dan meningkatkan volume penjualannya adalah melalui kegiatan pemasarannya. Karena proses pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari kegiatan usaha dengan tujuan untuk perencanaan, penentuan harga, promosi dan oendistribusian barang atau jasa. Proses pemasaran yang harus dilalui untuk suatu produk atau jasa dapat dikelola dengan baik dan tepat untuk kebrhasilan suatu perusahaan.

Jalan yang dapat ditempuh oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan yang kompetitif adalah melalui pelaksanaan harga jualnya. Pelaksanaan harga jual yang layak diperlukan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang maximal. Dengan adanya penetapan harga jual tersebut diharapkan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan akan tertutupi oleh pelaksanaan harga jual yang layak. Karena petingnya harga jual bagi perusahaan untuk memasarkan produk atau jasa yang dihasilkannya, maka diperlukan harga jual yang tepat agar produk dapat tersebar dan mencapai setiap konsumen dan tujuan perusahaan untuk memperoleh laba pun akan terpenuhi sehingga kelangsungan hidup perusahaan akan dapt dipertahankan.

Harga jual memainkan peranan penting dalam proses bauran pemasaran, karena harga jual terkait langsung nantinya dengan revenue yang diterima oleh perusahaan. Perubahan yang sedikit saja akan mempengaruhi permintaan konsumen. Untuk itu,

perusahaan harus benar-benar dalam menetapkan harga jual yang akan diterapkan perusahaan agar mampu bersaing dalam pasar yang kompetitif.

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Pengaruh Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Perusahaan Jasa-Salon" (Hen's Salon)

1.2 Identifikasi Masalah

Persaingan yang semakin ketat dalam memperebutkan pasar yang ada ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang yang sama dimana semuanya bertujuan untuk meraih keuntungan dan dapat meningkatkan minat beli dari konsumen. Untuk itu perusahaan perlu untuk melaksanakan harga jual yang tepat.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka penulis mencoba mengidentifikasi beberapa masalah yang akan diteliti dan dibahas sebagai berikut:

1. Bagaimanakah penetapan harga yang dilakukan perusahaan ?
2. Seberapa besar pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada perusahaan jasa salon ?

1.3 Manfaat dan Tujuan Penulisan

Penelitian ini adalah bagian dari mata kuliah skripsi yang merupakan salah satu mata kuliah wajib tempuh untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1 Ekonomi Manajemen di Universitas Kristen Maranatha.

Tujuan dilakukannya penelitian mengenai masalah ini adalah :

1. Untuk mengetahui penetapan harga yang dilaksanakan oleh perusahaan.

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pihak Penulis

Dapat menambah wawasan berfikir dan pengalaman dalam menganalisa suatu masalah dengan menggunakan teori-teori yang telah penulis dapat selama kuliah dengan praktek nyata dalam dunia kerja yang tentunya diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan yang dimiliki oleh penulis.

2. Perusahaan

Sebagai bahan masukan dalam pelaksanaan penetapan harga yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan dalam rangka memperebutkan pangsa pasar yang ada.

3. Pihak lain

Sebagai informasi dan pengetahuan bagi pihak yang membutuhkan serta sebagai bahan yang akan menambah wawasan pengetahuan bagi yang membacanya.