

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan laju pertumbuhan penduduk, laju pertumbuhan di bidang industri pun terus meningkat baik industri yang menghasilkan barang maupun industri di bidang jasa. Industri-industri baru terus bermunculan dan saling bersaing untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, tidak terkecuali industri di bidang jasa yang berlomba-lomba meningkatkan pelayanan yang diberikan untuk dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan jasa tersebut. Sekarang ini banyak pengusaha yang mulai tertarik untuk mendirikan industri di bidang jasa karena adanya kecenderungan untuk memperbesar pengeluaran dalam membeli jasa apabila pendapatan seseorang meningkat dan adanya perubahan gaya hidup di masyarakat. Selain itu, untuk mendirikan industri di bidang jasa biasanya membutuhkan modal yang relatif lebih kecil dibandingkan modal yang dibutuhkan untuk mendirikan industri yang menghasilkan barang.

Seringkali pengusaha-pengusaha di bidang jasa kurang memperhatikan pemasaran industri jasa yang didirikannya. Karena biasanya pengusaha di bidang jasa terutama dalam skala kecil menganggap bahwa pemasaran hanya untuk industri yang menghasilkan produk saja. Padahal bukan pemasaran barang saja yang penting, pemasaran jasa juga berpengaruh penting pada kelangsungan industri jasa tersebut. Apalagi sekarang ini persaingan di dunia industri jasa sudah semakin ketat, oleh karena itu supaya usaha jasa yang didirikan dapat menarik konsumen untuk menggunakan jasanya maka diperlukan strategi pemasaran jasa yang tepat untuk menghadapi persaingan industri-industri jasa yang sejenis.

Begitu pula yang dialami oleh pemilik Salon Naomi, dengan berbekal keterampilan di bidang kecantikan dan modal yang dimiliki maka didirikan sebuah usaha di bidang ahli kecantikan yang berupa salon sekitar tahun 1998 di

daerah Kopo dan diperuntukkan bagi segmen menengah ke bawah (dilihat dari harga pelayanan di salon dan pendapatan konsumen). Pertama-tama pemilik salon tidak menyewa satu tempat khusus untuk mendirikan salon tersebut karena modal yang dimiliki tidak mencukupi jika harus menyewa satu lokasi khusus untuk salon. Oleh karena itu, sebagian rumah pribadinya direnovasi untuk didirikan salon, kemudian setelah memiliki modal yang cukup dan beberapa pelanggan tetap maka pemilik salon mencari satu lokasi khusus untuk salon dan tenaga kerja tambahan untuk dipekerjakan. Setelah Salon Naomi pindah ke lokasi yang baru di Jalan Otto Iskandardinata, jumlah konsumen yang menggunakan jasa di Salon Naomi mengalami penurunan (kurang lebih sekitar 10%). Selain itu di sekitar lokasi Salon Naomi terdapat beberapa salon yang serupa dengan salon Naomi yang sudah menempati lokasi tersebut jauh lebih lama dibandingkan dengan Salon Naomi. Oleh karena itu, untuk dapat menghadapi persaingan dengan salon lain maka Salon Naomi perlu merancang suatu strategi pemasaran yang dapat diterapkan untuk menghadapi persaingan.

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan yang tengah dihadapi Salon Naomi pada saat ini yaitu jumlah konsumen yang menggunakan jasa di Salon Naomi mengalami penurunan (kurang lebih sekitar 10%). Penyebab terjadinya hal ini karena di lokasi yang baru terdapat salon-salon pesaing yang harus dihadapi sehingga Salon Naomi harus berusaha menarik konsumen untuk menggunakan jasa di Salon Naomi agar dapat mempertahankan usahanya. Penyebab lain yang menyebabkan kurangnya konsumen yang menggunakan jasa Salon Naomi diperkirakan karena adanya persaingan segmen yang ketat antara Salon Naomi dengan salon pesaing di sekitar Jalan Otto Iskandardinata, karena sebagian besar salon di Jalan Otto Iskandardinata diperuntukkan bagi segmen menengah ke bawah.

Persaingan perusahaan jasa pada saat ini sudah sedemikian ketat dan Salon Naomi tidak dapat menjalankan usahanya tanpa menggunakan strategi pemasaran, oleh karena itu Salon Naomi perlu merancang strategi pemasaran yang akan diterapkan untuk dapat bersaing dengan salon-salon lain. Dalam penyusunan

strategi pemasaran untuk menghadapi para pesaing maka Salon Naomi harus mengetahui bagaimana profil konsumen yang datang ke Salon Naomi, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa Salon Naomi dan bagaimana posisi Salon Naomi dibandingkan dengan salon pesaingnya.

Oleh karena itu, penulis merasa bahwa untuk menghadapi persaingan diantara salon-salon serupa di Jalan Otto Iskandardinata dan untuk menambah jumlah konsumen yang menggunakan jasa Salon Naomi, maka perlu diketahui kekurangan dan kelebihan Salon Naomi dibandingkan dengan salon pesaing. Selain itu juga perlu dilakukan penyusunan strategi pemasaran untuk menghadapi masalah tersebut. Untuk dapat menyusun strategi pemasaran yang akan diterapkan maka perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa Salon Naomi dan bagaimana posisi Salon Naomi dibandingkan dengan salon-salon lain.

1.3 Pembatasan Masalah

Karena permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini dapat mencakup ruang lingkup yang luas, maka dalam permasalahan yang ada perlu ditetapkan batasan-batasan tertentu agar ruang lingkup permasalahan tidak terlalu luas. Pembatasan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Dalam penelitian ini hanya dibahas tentang kondisi persaingan Salon Naomi dan salon-salon di sekitarnya saja yang berjarak ± 1 km dari Salon Naomi.

1.4 Perumusan Masalah

Dari identifikasi permasalahan yang tersebut di atas, maka permasalahan yang ada dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana profil konsumen di Salon Naomi?
2. Apa saja faktor-faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa di Salon Naomi?
3. Bagaimana posisi Salon Naomi dibandingkan dengan salon pesaing?

4. Strategi pemasaran yang bagaimana yang sebaiknya diterapkan oleh Salon Naomi?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengidentifikasi profil konsumen di Salon Naomi.
2. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa di Salon Naomi.
3. Untuk mengidentifikasi posisi Salon Naomi dibandingkan dengan salon-salon lain.
4. Untuk menentukan usulan strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh Salon Naomi.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Berisi teori-teori yang digunakan untuk dapat mendukung analisa permasalahan yang ada di perusahaan.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Berisi langkah-langkah dalam melakukan penelitian untuk dapat mendukung pemecahan masalah.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Berisi data-data yang didapat dari lapangan tempat dilaksanakannya penelitian tugas akhir ini.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Berisi pengolahan data-data yang didapat selama dilakukannya penelitian dan berisi analisa yang dilakukan untuk dapat memecahkan permasalahan yang terjadi di perusahaan.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dari analisa tentang permasalahan yang ada dan saran-saran yang diusulkan kepada perusahaan untuk mengatasi masalah yang ada.