

BAB 1

PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perubahan gaya hidup khususnya bagi masyarakat-masyarakat di daerah ibukota maka terlihat banyak sekali bermunculan jenis-jenis pelayanan jasa salon kecantikan dimana pemenuhan bagi perubahan gaya hidup masyarakat tadi menuntut maraknya bermunculan jenis-jenis pelayanan jasa salon kecantikan.

Perusahaan yang akan menjadi objek penelitian penulis dalam pembuatan laporan tugas akhir ini adalah sebuah jasa pelayanan kecantikan yakni salon “FORA”, yang berlokasi di Jalan Gegerkalong No. 6, Bandung. Salon “FORA” Gerlong ini merupakan salah satu salon kecantikan yang berdiri pada tahun 1996 di kota Bandung.

Setelah beberapa tahun menjalankan usahanya, pihak salon “FORA” Gerlong pun mulai memperlengkapi usahanya dengan membuka cabang baru dan menambah jasa layanannya agar dapat menarik lebih banyak konsumen sehingga banyak dari konsumen yang merasa puas dan menjadi pelanggan tetap salon.

Berdasarkan data kedatangan konsumen selama 3 tahun terakhir, pihak salon “FORA” Gerlong mengalami penurunan konsumen yang datang ke salon “FORA” Gerlong. Dalam hal ini, pihak salon “FORA” Gerlong harus mengetahui penyebab penurunan konsumen tersebut seperti yang terlihat pada Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1
Tabel Kedatangan Konsumen (orang)

Lokasi	Tahun 2003	Tahun 2004	Tahun 2005
FORA cab. Tubagus Ismail	2331	2358	2379
FORA cab. Dr. Djunjuran	2162	2124	2221
FORA cab. Gegerkalong	2508	2064	1716

Sumber : data kedatangan konsumen ke salon, 2005.

Atas dasar itulah, maka penulis akan mencoba untuk membantu memecahkan masalah yang terjadi dengan melakukan pengamatan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini yang berjudul “USULAN STRATEGI PEMASARAN DI SALON KECANTIKAN (STUDI KASUS DI SALON KECANTIKAN “FORA”, BANDUNG).

1. 2. Identifikasi Masalah

Pada saat ini, salon “FORA” mempunyai 3 cabang yaitu cabang Tubagus Ismail, cabang Dr. Djunjuran dan cabang Gegerkalong. Dari Tabel 1.1 diketahui bahwa jumlah konsumen yang menggunakan jasa salon “FORA” cabang Gegerkalong terus mengalami penurunan dari tahun ke tahun dimana penurunan tersebut tidak terjadi di cabang salon “FORA” yang lain. Untuk itu, penulis mencoba mengidentifikasi permasalahan yang sedang terjadi di salon “FORA” Gerlong. Beberapa penyebab yang mungkin adalah semakin banyaknya salon-salon pesaing, jenis pelayanan yang kurang mengikuti trend, terjadinya ketidakpuasan konsumen dan dikarenakan adanya strategi pemasaran yang belum tepat.

1. 3. Pembatasan Masalah

Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Masalah yang diteliti adalah belum tepatnya strategi pemasaran yang ada.
2. Penelitian hanya dilakukan di salon “Fora” cabang Gegerkalong.

1. 4. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian tersebut, disini penulis mencoba merumuskan beberapa pokok permasalahan adalah sebagai berikut.

1. Variabel-variabel penting yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa di salon “Fora” Gerlong?
2. Bagaimana gambaran posisi salon terhadap salon-salon pesaing?
3. Strategi pemasaran seperti apa yang perlu diterapkan berdasarkan kelebihan dan kekurangan yang di miliki salon ”FORA” Gerlong?

1. 5. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Dalam melaksanakan pencapaian tujuan pada penelitian ini, disini penulis merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut.

1. Mengetahui variabel-variabel penting yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa di salon “Fora” Gerlong.
2. Mengetahui gambaran posisi salon terhadap salon-salon pesaing.
3. Mengetahui strategi pemasaran yang perlu diterapkan berdasarkan kelebihan dan kekurangan yang di miliki salon ”FORA” Gerlong.

Berikut ini adalah manfaat yang dapat diambil dari laporan pengamatan ini.

- Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi masukan atau informasi dalam menyusun strategi pemasaran yang perlu diterapkan oleh salon “Fora” Gegerkalong.

- Bagi Penulis

Diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna mengenai strategi pemasaran yang tepat.

- Bagi Orang lain (Pembaca)

Diharapkan dapat menambah wawasan-wawasan mengenai pentingnya suatu penerapan strategi penerapan yang tepat mengingat semakin ketatnya tingkat persaingan pada masa sekarang ini.

1. 6. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan ini akan diuraikan sebagai berikut.

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang dapat membantu dalam tercapainya pemecahan masalah yang akan dibahas dan dapat dipakai sebagai acuan analisa.

BAB 3 SISTEMATIKA PENELITIAN

Bab ini berisi urutan atau bagan arus dalam kegiatan penelitian dan pengamatan mulai dari langkah-langkah pemecahan masalah sampai dengan pembahasan masalah, identifikasi variabel-variabel penelitian serta alat pengumpulan data.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisi pengumpulan data-data yang diperlukan dari hasil penelitian dan gambaran data-data yang diperoleh dari lapangan.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi pengolahan data-data yang diperoleh selama penelitian ini dan berisi uraian-uraian analisa yang digunakan untuk dapat memecahkan masalah dalam perusahaan.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang diambil dari hasil analisa dan pemberian saran-saran yang diperlukan oleh perusahaan.