

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk ciptaan Tuhan yang paling sempurna dan kreatif. Dengan adanya akal budi, manusia dapat menghasilkan hasil karya yang bermanfaat, misalnya ilmu pengetahuan, teknologi dan kebudayaan. Sekarang ini, banyak sekali perubahan yang terjadi dalam kehidupan manusia dalam berbagai hal sehingga kehidupan manusia menjadi lebih mudah. Perubahan yang paling cepat adalah dalam bidang teknologi dan mode. Salah satu kebutuhan mode yang perlu dipenuhi pada jaman sekarang adalah kebutuhan memiliki mode rambut yang sedang trend. Konsumen mengharapkan keberadaan salon yang dapat memberikan jasa pemotongan dan perawatan rambut bagi konsumen. Dengan adanya salon, konsumen dapat memiliki penampilan rambut yang cantik, sehat dan mengikuti perkembangan mode. Melihat kesempatan ini, banyak pengusaha yang berlomba-lomba mendirikan salon yang dapat mewujudkan kebutuhan konsumen tersebut.

Salah satu salon yang melihat kesempatan usaha ini adalah Salon X. Salon X adalah salon yang terletak di daerah Pajajaran, Bandung. Salon ini tergolong salon yang baru karena didirikan pada tanggal 3 Juni 2006. Awalnya, pemilik salon ini bekerja pada Salon Hetty, Bandung namun akhirnya mengundurkan diri dan mencoba mendirikan salon sendiri karena tertarik dengan keuntungan yang dapat diperoleh dari bisnis salon. Salon yang didirikan termasuk dalam *home industry* karena didirikan di rumah pemilik salon. Jumlah karyawan yang bekerja di salon berjumlah 5 orang, yaitu seorang kasir dan penerima tamu dan tiga orang *hair stylist*. Salon ini buka setiap hari Selasa sampai hari Minggu, mulai pukul 08.00 sampai pukul 18.00. Rata-rata konsumen yang datang pada hari biasa (*weekday*) sebanyak 20 sampai 25 orang sedangkan pada akhir pekan (*weekend*)

bisa mencapai 30 orang. Pendapatan yang diterima oleh Salon X setiap bulan kira-kira sebesar Rp 20.000.000. Biaya operasional sebesar 60% dari total pendapatan. Keuntungan bersih yang diperoleh Salon X sebesar 40% dari total pendapatan. Jumlah pendapatan yang diterima oleh salon belum mencapai target yang ditetapkan oleh pemilik salon, yaitu sebesar Rp 30.000.000 per bulan. Target pendapatan per bulan ditetapkan pemilik Salon X berdasarkan asumsi bahwa jumlah pengunjung yang datang ke Salon X sebanyak 32 orang/hari dan setiap pengunjung salon menghabiskan uang sebesar Rp 40.000. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pendapatan yang diterima salon X hanya sebesar 67% dari target yang ditetapkan. Selama Salon X berdiri, target pendapatan yang ditetapkan pernah dicapai dengan frekuensi sekitar tiga kali, yaitu pada bulan Desember 2006, Februari 2007 dan Februari 2008.

1.2 Identifikasi Masalah

Setelah dilakukan wawancara dan pengamatan terhadap Salon X, ditemukan kemungkinan penyebab masalah sebagai berikut:

1. Pemasaran yang dilakukan oleh Salon X belum efektif dalam menjangkau target pasar. Salon X hanya memasarkan salonnya melalui brosur pada bulan awal berdiri, pemasangan iklan di koran Bandung Advertising, Gallery Advertising, pemasangan iklan pada bulletin gereja GKI Kebonjati, menitipkan kartu nama pada klinik dr. Kelly, dan melalui *mouth to mouth*.
2. Sekitar daerah Pajajaran, banyak terdapat salon-salon yang menjadi kompetitor bagi Salon X. Salon-salon tersebut sudah lama berdiri dan dikenal oleh masyarakat luas. Salon-salon yang berada pada daerah Pajajaran, misalnya Salon Anata, Salon Johny Andrean, Salon Yoyong Redhi, Salon Ani, Salon Memey, dan lain-lain. Keberadaan salon kompetitor tersebut membuat persaingan menjadi semakin ketat.
3. Salon X belum mengetahui faktor-faktor yang diprioritaskan oleh konsumen dalam memilih sebuah salon. Hal tersebut mungkin menyebabkan jumlah pengunjung salon yang datang masih terbatas

karena Salon X belum memperhatikan faktor-faktor yang diprioritaskan oleh konsumen.

4. Salon X belum mengetahui target pasar yang cocok. Selama ini Salon X melayani setiap segmen pasar yang ada sehingga tidak mengetahui segmen pasar yang paling potensial untuk dijadikan sebagai target pasar Salon X.
5. Salon X belum memiliki *positioning* yang baik. Selama ini Salon X masih belum memiliki *positioning* yang jelas sehingga *image* Salon X masih belum terbentuk dalam benak masyarakat. Hal ini mungkin menjadi penyebab kurangnya jumlah pengunjung yang datang ke Salon X.
6. Salon X belum mengetahui kelemahan dan kelebihan yang dimiliki. Oleh karena itu, Salon X belum melakukan perbaikan terhadap kelemahan yang dimiliki dan belum menonjolkan kelebihan yang dimiliki. Hal tersebut mungkin menyebabkan banyak orang tidak tertarik untuk berkunjung ke Salon X.

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam melakukan penelitian, terdapat pembatasan masalah yang bertujuan agar pembahasan penelitian yang dilakukan tidak terlalu luas dan penghematan dalam hal waktu dan biaya yang harus dikeluarkan. Pembatasan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya membahas persaingan antara Salon X dengan 2 salon kompetitor karena adanya keterbatasan waktu, tenaga dan biaya.
2. Penelitian tidak membahas persaingan antara Salon X dengan salon kompetitor lain selain 2 salon kompetitor yang terpilih dalam penelitian mengenai salon kompetitor yang paling banyak dikunjungi oleh konsumen.

1.4 Perumusan Masalah

Setelah dilakukan pengamatan dan wawancara pada Salon X, masalah yang dialami oleh Salon X dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah faktor-faktor yang diprioritaskan oleh konsumen dalam memilih sebuah salon berdasarkan uji Cochran?
2. Siapakah yang menjadi target pasar yang cocok untuk Salon X berdasarkan pengolahan profil responden?
3. Apakah kelebihan dan kelemahan yang dimiliki oleh Salon X berdasarkan *Importance Performance Analysis* (IPA) 6 Kuadran?
4. Bagaimana usulan *positioning* yang baik bagi Salon X berdasarkan *Importance Performance Analysis* (IPA) 6 Kuadran?
5. Bagaimanakah usulan strategi bauran pemasaran yang diajukan kepada Salon X berdasarkan *Importance Performance Analysis* (IPA) 6 Kuadran, SWOT dan STP?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian terhadap Salon X adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor yang diprioritaskan oleh konsumen dalam memilih sebuah salon berdasarkan uji Cochran.
2. Menentukan target pasar yang cocok bagi Salon X berdasarkan pengolahan profil responden.
3. Mengetahui kelebihan dan kelemahan yang dimiliki oleh Salon X berdasarkan *Importance Performance Analysis* (IPA) 6 Kuadran.
4. Menentukan usulan *positioning* yang baik bagi Salon X berdasarkan *Importance Performance Analysis* (IPA) 6 Kuadran.
5. Mengajukan usulan strategi bauran pemasaran yang perlu diterapkan oleh Salon X berdasarkan *Importance Performance Analysis* (IPA) 6 Kuadran, SWOT dan STP.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan

Berisi latar belakang masalah yang dialami, identifikasi masalah yang terjadi, pembatasan masalah yang akan diteliti, perumusan masalah secara ringkas, maksud dan tujuan dilakukannya penelitian, dan sistematika penulisan laporan penelitian.

Bab 2 Landasan Teori

Berisi teori-teori yang berkaitan dengan strategi bauran pemasaran, yang digunakan sebagai pedoman dalam pengolahan data yang akan dilakukan. Teori-teori yang dijadikan pedoman dalam pengolahan data adalah teori populasi dan sampel, teori perhitungan sampel, teori teknik pengambilan sampel, teori uji Cochran, teori *Correspondence Analysis* (CA), teori *Importance Performance Analysis* (IPA) 4 Kuadran dan 6 Kuadran, teori SWOT, teori segmentasi, *targeting*, *positioning* (STP), dan teori bauran pemasaran 7P yang terbagi menjadi *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process* dan, *physical evidence*.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Berisi langkah-langkah yang ditempuh dalam menyusun laporan dari awal pengamatan pada Salon X sampai pengerjaan laporan.

Bab 4 Pengumpulan Data

Berisikan data umum dan struktur organisasi Salon X dan pengumpulan data. Data yang dikumpulkan adalah data penyebaran kuesioner pendahuluan, data uji Cochran, dan data penyebaran kuesioner penelitian.

Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Berisi analisis hasil pengolahan data yang telah dilakukan. Data hasil penyebaran kuesioner penelitian akan diuji validitas dan reliabilitas dengan bantuan program komputer SPSS. Setelah data telah valid dan reliabel, dilakukan pengolahan data dengan menggunakan metode *Correspondence Analysis* (CA),

Importance Performance Analysis (IPA) 4 Kuadran dan 6 Kuadran serta SWOT. Analisis yang dilakukan mencakup analisis Correspondence Analysis, Importance Performance Analysis (IPA) 4 Kuadran dan 6 Kuadran serta SWOT, segmentasi, targeting, positioning, dan usulan bauran pemasaran 7 P yang terbagi menjadi product, price, place, promotion, people, process dan, physical evidence.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Berisi kesimpulan penelitian yang dilakukan berdasarkan perumusan masalah dan usulan yang diajukan kepada Salon X untuk menjadi salon yang unggul dalam persaingan dengan salon kompetitor.