

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Faktor atau atribut jasa yang dianggap penting oleh pelanggan jasa Salon Amor adalah :

- Adanya pelayanan pengguntingan rambut yang ditawarkan oleh pihak salon.
- Adanya pelayanan cuci *blow* rambut yang ditawarkan oleh pihak salon.
- Adanya pelayanan *creambath* rambut yang ditawarkan oleh pihak salon.
- Adanya pelayanan pengecatan rambut yang ditawarkan oleh pihak salon.
- Adanya pelayanan pengeritingan rambut yang ditawarkan oleh pihak salon.
- Adanya pelayanan pelurusan rambut (*smoothing, rebonding*) yang ditawarkan oleh pihak salon.
- Adanya pelayanan *pedicure* dan *manicure* yang ditawarkan oleh pihak salon.
- Adanya pelayanan refleksi yang ditawarkan oleh pihak salon.
- Pemberian kualitas layanan yang terbaik oleh pihak salon.
- Pemberian diskon kepada konsumen.
- Pengadaan bonus kepada konsumen (cth : pada saat *smoothing* diberikan bonus *hair treatment*).
- Adanya daftar harga.
- Lokasi salon yang mudah dicapai oleh angkutan umum.
- Pengadaan tenaga bidang kehumasan / *public relation* untuk menangani keluhan konsumen.
- Keramahan petugas salon dalam melayani konsumen.

- Kesopanan petugas salon dalam melayani konsumen.
- Kecekatan petugas salon dalam melayani konsumen.
- Kebersihan pribadi petugas salon.
- Petugas salon berpenampilan rapi.
- Peralatan salon yang bersih.
- Ruangan salon yang bersih.
- Pencahayaan ruangan salon baik.
- Tersedianya penyejuk ruangan (cth : AC, kipas angin).
- Salon memasang papan nama.
- Memajang sertifikat - sertifikat yang telah diterima.
- Tersedianya kotak saran bagi konsumen yang ingin *complain*.
- Mempunyai banyak penata rambut professional.
- Waktu tunggu konsumen untuk dilayani tidak terlalu lama (< 15 menit).
- Hasil pelayanan yang diberikan oleh petugas salon sesuai dengan permintaan konsumen.
- Pemberian minuman gratis bagi konsumen.
- Terdapat majalah mengenai trend model rambut terbaru.
- Ada diskon bagi konsumen yang datang lebih dari 3 kali.
- Adanya kartu member / kartu anggota.
- Pembagian ruang perawatan berdasarkan fungsinya (cth: *creambath* mempunyai ruangan tersendiri).
- Tersedianya kursi bagi anak - anak yang ingin potong rambut.
- Menjual makanan ringan.
- Keamanan salon.
- Terdapat sarana hiburan (cth: televisi atau radio).
- Terdapat garansi kualitas hasil *treatment* apabila tidak sesuai.

2. Faktor atau atribut utama yang perlu diperbaiki oleh Salon Amor adalah :
 - Adanya pelayanan *creambath* rambut yang ditawarkan oleh pihak salon
 - Pengadaan bonus kepada konsumen (cth : pada saat *smoothing* diberikan bonus *hair treatment*)
 - Pengadaan tenaga bidang kehumasan / *public relation* untuk menangani keluhan konsumen
 - Keramahan petugas salon dalam melayani konsumen
 - Kecekatan petugas salon dalam melayani konsumen
 - Pencahayaan ruangan salon baik
 - Tersedianya penyejuk ruangan (cth : AC, kipas angin)
 - Salon memasang papan nama
 - Mempunyai banyak penata rambut professional
 - Adanya kartu member / kartu anggota

3. Upaya yang harus dilakukan oleh pemilik Salon Amor yang berkenaan dengan strategi pemasaran berdasarkan *segmenting*, *targetting* dan *positioning* serta metode *Importance Performance Analysis* adalah :
 - *Product*
 1. Untuk layanan *creambath*, sebaiknya waktu proses layanan ini ditingkatkan menjadi selama 1 jam. Hal ini mengingat harga yang ditawarkan oleh pihak salon cukup tinggi untuk layanan ini, yaitu sekitar Rp. 25.000 – Rp. 30.000. Selain itu pula, sebaiknya pada layanan ini dilakukan penambahan layanan yaitu diberikan *scrub* untuk bagian bahu dan tangan pengunjung salon. Usulan ini diberikan dengan melihat pada layanan yang ditawarkan oleh salon – salon pesaing.
 2. Untuk layanan lainnya (yang berada di kuadran B) seperti cuci *blow*, pengecatan rambut, serta *pedicure* dan *manicure* lebih ditingkatkan lagi dengan melakukan pemeriksaan secara berkala terhadap peralatan

layanan tersebut. Untuk layanan *pedicure* dan *manicure*, dapat ditambahkan layanan *nail art*. Hal ini dilakukan mengingat konsumen yang menjadi target Salon Amor ini adalah para pelajar / mahasiswa dengan tingkat penghasilan yang tinggi (> Rp.700.000,000) serta mementingkan kualitas hasil pelayanan.

3. Sebaiknya pihak salon memberikan garansi terhadap kualitas hasil *treatment*. Sebagai contoh jika konsumen melakukan pelayanan jasa *smoothing*, maka pihak salon memberikan jaminan ketahanan hasil *smoothing* tersebut kepada konsumen dengan jaminan uang kembali atau akan dilakukan *treatment* ulang.

- *Price*

1. Salon Amor dapat memberikan diskon kepada konsumen yang melakukan perawatan lebih dari 2 jenis perawatan untuk setiap kunjungannya.
2. Sebaiknya Salon Amor memberikan diskon kepada pelajar / mahasiswa yang diberi nama program “*Happy Hour*” pada pukul 18.00 – 21.00 dengan memberikan diskon sebesar 30 % dengan menunjukkan kartu pelajar atau kartu mahasiswa.
3. Sebaiknya pihak Salon Amor memberikan bonus kepada konsumen yang melakukan perawatan jenis pelurusan rambut. Pemberian bonus dapat dilakukan dengan memberikan kartu *voucher* kepada konsumen tersebut untuk melakukan *treatment* sebanyak 2 – 3 kali atau diberikan vitamin rambut untuk menjaga hasil *treatment* tersebut.

- *Place*

1. Pihak Salon Amor disarankan untuk membagikan denah dari Salon Amor (mengingat lokasi salon ini tidak berada di pinggir jalan) kepada kosumennya. Hal ini dilakukan untuk mengingatkan konsumen terhadap lokasi salon ini dan juga apabila konsumen ingin memberitahukan keberadaan salon ini kepada teman / saudaranya lebih dipermudah lagi. Kualitas brosur mengenai denah ini sebaiknya

menggunakan kertas dengan bahan kertas yang berkualitas baik (berbahan *glossy*). Hal ini dilakukan mengingat bahwa target Salon Amor adalah para pelajar / mahasiswa dengan tingkat penghasilan yang tinggi (> Rp.700.000,000) yang cukup melihat gengsi sebuah salon.

- *Promotion*

1. Memberikan brosur – brosur di kampus – kampus atau sekolah – sekolah agar konsumen lebih mengenal keberadaan Salon Amor ini. Brosur yang dibagikan terdiri dari informasi jenis pelayanan beserta harga dan denah dari Salon Amor. Brosur dibuat dari bahan kertas *glossy* agar konsumen yang menjadi target Salon Amor berhasil didapatkan. Hal ini dilakukan karena konsumen dapat melihat kualitas sebuah tempat berdasarkan dari brosur / iklan yang diberikan. Brosur juga disebarakan kepada pelajar atau mahasiswa yang tidak tinggal di kawasan Sarijadi, agar cakupan konsumen dapat diperluas lagi.
2. Membagikan kartu nama bagi konsumen yang datang yang disertai dengan denah lokasi toko.
3. Menyediakan fasilitas kartu *member* yang bertujuan memberikan potongan harga bagi pelanggan yang sering datang ke Salon Amor. Hal ini sekaligus untuk menarik minat pengunjung salon agar mau kembali menikmati pelayanan di Salon Amor dan nantinya akan menjadi pelanggan tetap salon ini.

- *People*

1. Pemilik salon sebaiknya terus membina para petugas salon untuk tetap ramah, cekatan, sopan dan jujur dalam melayani konsumen agar nantinya konsumen mau kembali lagi datang ke salon ini. Hal ini dilakukan mengingat atribut ini sangat penting namun konsumen cenderung tidak puas terhadap atribut ini.
2. Sebaiknya pihak Salon Amor menyediakan tenaga bidang kehumasan untuk melayani keluhan konsumen. Hal ini dilakukan mengingat target

Salon Amor ini adalah para pelajar / mahasiswa dengan tingkat penghasilan yang tinggi ($> \text{Rp.700.000,000}$) dan mementingkan kualitas hasil pelayanan. Jika belum memungkinkan, maka pihak salon dapat menempelkan di dinding salon no.telepon yang dapat konsumen hubungi apabila merasakan kualitas pelayanan yang kurang memuaskan. Alternatif lain yang dapat dilakukan adalah membuat kotak saran yang diletakkan di dekat pintu masuk salon.

3. Sebaiknya petugas salon menggunakan pakaian kerja yang sama, yaitu untuk petugas wanita menggunakan kemeja lengan panjang dengan rompi di bagian luar dan rok sedangkan petugas pria menggunakan kemeja lengan panjang dan celana panjang. Selain itu pula para petugas wanita diharapkan untuk melakukan perawatan diri dengan baik, agar dapat menjadi cerminan bagi pelanggan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas petugas salon Amor dalam hal berpakaian agar nantinya target konsumen (pelajar / mahasiswa dengan penghasilan $> \text{Rp.700.000,00}$) dapat dicapai.
 4. Sebaiknya petugas salon di *training* untuk memahami satu jenis pelayanan secara maksimal. Sebagai contoh : untuk jenis pelayanan *creambath* maka, petugas yang menangani layanan ini adalah petugas yang benar – benar menguasai teknik – teknik *creambath*. Hal ini dilakukan agar jenis pelayanan di Salon Amor benar - benar memberikan hasil yang maksimal sehingga nantinya target konsumen (pelajar / mahasiswa dengan penghasilan $> \text{Rp.700.000,00}$) dapat dicapai.
- *Process*
 1. Sebaiknya pihak salon dapat meminimasi waktu tunggu konsumen untuk menikmati pelayanan dengan menambah pegawai salonnya yang memiliki pengalaman kerja dalam bidang salon. Namun, jika belum memungkinkan, pihak salon dapat menyediakan kursi tunggu yang

banyak dan nyaman serta memberikan minuman gratis bagi konsumen agar mereka mau untuk menunggu lagi.

2. Sebaiknya untuk *treatment* yang membutuhkan ketenangan seperti *creambath* dan *hair spa*, petugas salon dapat menjaga ketenangan ruangan agar suasana *relax* dapat dirasakan oleh konsumen. Selain itu pula, suasana *relax* dapat dicapai dengan menggunakan harum – haruman ruangan berupa *aroma therapy*. Hal ini juga dapat menambah kesan elegan Salon Amor agar target salon ini (pelajar / mahasiswa dengan penghasilan > Rp.700.000,00) dapat dicapai.

- *Physical Evidence*

1. Sebaiknya pihak salon menyediakan penyejuk ruangan seperti AC agar suasana ruangan lebih sejuk. Hal ini mengingat atap dari Salon Amor rendah, jadi suasana salon cepat untuk menjadi panas terutama jika salon sedang ramai. Selain itu, dengan menyediakan AC maka gengsi Salon Amor akan meningkat. Hal ini akan sesuai dengan target Salon ini yaitu pelajar atau mahasiswa dengan penghasilan >Rp700.000 akan dapat dicapai.
2. Sebaiknya Salon Amor mengganti desain ruangnya dengan warna – warna cerah yang sesuai dengan dunia anak muda. Selain itu pula, kursi pada saat menikmati pelayanan dibuat nyaman mungkin. Hal ini dilakukan agar target Salon Amor yaitu pelajar atau mahasiswa dengan tingkat penghasilan > Rp.700.000 yang mengutamakan kenyamanan pada saat menikmati pelayanan dapat tercapai.
3. Sebaiknya pihak salon melakukan perawatan secara berkala terhadap kebersihan peralatan salon. Hal ini dilakukan juga untuk melihat apakah peralatan salon masih layak untuk digunakan atau tidak.
4. Sebaiknya beberapa lampu di ruangan salon diganti karena telah terlihat redup. Sebagai contoh untuk lampu – lampu di ruangan pencucian rambut.

5. Sebaiknya pihak salon mengganti papan nama salonnya dengan papan nama yang memiliki lampu neon di dalamnya sehingga pada malam hari konsumen masih dapat membaca papan nama tersebut. Selain itu pula, desain papan nama sebaiknya dibuat dengan motif anak muda, sehingga target salon ini yaitu pelajar dan mahasiswa akan dapat tercapai.
6. Sebaiknya pihak salon menyediakan majalah – majalah mengenai trend model rambut terbaru agar konsumen dapat memilih model rambut sesuai yang diharapkannya.
7. Sebaiknya pihak salon menjual makanan ringan untuk menghilangkan kejenuhan konsumen dan rasa lapar konsumen. Jika tidak memungkinkan untuk melakukan hal ini, maka pihak salon dapat menempelkan daftar harga makanan / minuman ringan itu di dinding dan memesannya dari luar salon apabila ada konsumen yang menginginkannya.
8. Sebaiknya pihak salon menyediakan ruang ganti untuk konsumen yang ingin berganti pakaian pada waktu akan melakukan *creambath* atau *hair spa* agar konsumen merasa lebih relax lagi.
9. Sebaiknya pihak Salon Amor memberikan minuman gratis kepada setiap pelanggan yang menikmati layanan di Salon Amor. Hal ini akan dapat menambah kenyamanan pelanggan yang berkunjung.

6.2 Saran

Beberapa saran yang diajukan oleh penulis untuk penelitian lebih lanjut adalah :

1. Atribut yang direduksi dari *Cochran Q Test* (yang memiliki nilai persentase jawaban yang tinggi) sebaiknya dimasukkan menjadi atribut dalam kuesioner penelitian. ang membeli pakaian batik.
2. Sebaiknya dilakukan penelitian mengenai perilaku konsumen pada waktu ke salon.