

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha salon adalah sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang jasa yang dapat dijadikan bisnis dalam jangka panjang, karena semakin kesini salon telah menjadi seperti kebutuhan fisik sehari-hari bagi wanita. Tidak hanya berlaku bagi wanita, bahkan pria telah mulai menunjukkan kebutuhan dan ketertarikan untuk lebih merawat tubuh dan penampilan mereka. Hal tersebut menjadi sebuah peluang bagi pengusaha salon yang ada di kota Batam. Kebanyakan orang akan berkata bahwa saat ini merupakan waktu yang cukup sulit untuk memperlebar peluang bisnis mereka. Pernyataan tersebut membuat para pebisnis salon memutar otak untuk mencari bagaimana cara bertahan dalam bidang ini. Saat ini salon telah menjadi kebutuhan pokok bagi kaum wanita maupun pria yang harus dipenuhi dalam upaya mempercantik tubuh mereka.

Salon Rainbow saat ini berada pada Jl. Komplek Bumi Indah, Blok 3 No. 6 belum banyak dikenal oleh masyarakat. Karena Salon Rainbow terlalu sering pindah tempat sehingga menyebabkan *lost contact* dengan pelanggan-pelanggannya dan ini menjadi masalah utama bagi usaha salon ini sehingga penjualan toko hanya sebesar Rp. 340-400 juta setiap tahunnya selama 5 tahun terakhir.

Pesaing juga menjadi salah satu masalah yang harus dihadapi oleh Salon Rainbow sehingga Salon Rainbow harus dapat mengambil tindakan supaya penjualan terus menerus mengalami peningkatan. Jika Salon Rainbow tidak mengambil tindakan untuk menghadapi situasi tersebut maka Salon Rainbow akan mengalami penurunan dalam penjualan sehingga pendapatan yang diterima Salon Rainbow akan berkurang.

Perusahaan berkomunikasi dengan pelanggannya melalui promosi yang dimana perannya adalah untuk memberi informasi kepada pelanggan mengenai produk dan jasa yang diberi oleh perusahaan tersebut dan meyakini mereka bahwa produk dan jasa yang disediakan memberi nilai lebih dan lebih unggul dari para pesaing. Menurut Jobber *et al.* (2019), *promotional mix* secara tradisional terbagi menjadi empat elemen yaitu, *advertising, sales promotion, publicity/public*

*relations* dan *personal selling*. Elemen *promotional mix* sekarang dapat ditambahkan *direct marketing*, *interactive marketing (internet marketing)*, *digital marketing* dan sosial media. Saat ini, pemasaran yang dilakukan oleh Salon Rainbow hanya sebatas promosi dari mulut ke mulut dari pemilik ke pelanggan dan pelanggan ke calon pelanggan. Tentu saja promosi dengan cara ini masih belum dapat menarik perhatian masyarakat sehingga Salon Rainbow harus membuat promosi baru yang dapat menarik perhatian dan minat masyarakat di kota Batam.

Analisis SWOT diimplementasikan selama proses perencanaan bisnis untuk membantu memperkuat arah yang mereka rencanakan. Adanya SWOT, perusahaan dapat menilai posisi saat ini dan upaya di masa depan (Scandura & Gower, 2019). Kekuatan (*Strength*) dari Salon Rainbow ini adalah lokasi yang mudah ditemui, pelayanan yang ramah, produk yang berkualitas, keamanan dan kebersihan yang terjamin dan menerima *complain* apapun dari konsumen serta suasana yang nyaman. Kekurangan (*Weakness*) merupakan tidak ada media sosial yang memperkenalkan atau mempromosikan salon di era digital ini, jarang ada diskon atau promosi lainnya, desain salon kurang mengikuti perkembangan zaman atau kuno, serta banyaknya pesaing.

Salon Rainbow memiliki peluang (*Opportunities*) yang dapat dimanfaatkan untuk pelanggan yang ingin menghadiri acara spesial seperti acara wisuda, pernikahan, ulang tahun maupun acara lainnya, dapat menggunakan jasa *make up* untuk menambah penampilan seseorang dari muka hingga rambut sehingga terlihat lebih menarik. Menyediakan pilihan jasa yang sama dengan salon yang lain ini menunjukkan adanya peluang bagi Salon Rainbow untuk dapat bersaing. Terakhir adalah ancaman (*Threats*) merupakan pesaing yang lebih menguasai pasar, adanya kenaikan harga produk yang digunakan, harga sewa toko yang mendadak naik, serta teknologi yang semakin berkembang.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti membahas tentang masalah yang berkaitan dengan perancangan promotion mix pada usaha kecil dan menengah sehingga dapat membantu pemilik untuk menetapkan strategi pemasaran yang cocok. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk merancang strategi pemasaran dengan judul **“Perancangan Promotion Mix pada Salon Rainbow”**.

## 1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam proyek ini adalah menganalisa aspek-aspek pemasaran dengan menggunakan teori *marketing promotion mix* pada Salon Rainbow serta merancang strategi yang cocok untuk diimplementasikan. Adanya ruang lingkup dalam penelitian ini dapat membantu peneliti untuk mengetahui batasan penelitian yang harus dilakukan supaya tidak lebih maupun kurang dari batasan penelitian proyek ini. *Promotion mix* merupakan strategi pemasaran berupa iklan, penjualan pribadi, *public relation*, pemasaran langsung dan promosi penjualan. Penulis akan melakukan analisa terhadap pemasaran yang cocok untuk Salon Rainbow supaya dapat menjangkau masyarakat lebih luas serta dapat bersaing dengan kompetitor yang ada.

## 1.3 Tujuan Proyek

Tujuan pelaksanaan proyek ini dengan mengimplementasikan strategi yang telah dianalisa oleh penulis adalah:

1. Meningkatkan *awareness* pada masyarakat sekitar pada Salon Rainbow dengan cara membuat pendaftaran member pada toko Salon Rainbow minimal 5 orang.
2. Meningkatkan hasil penjualan pada Salon Rainbow minimal sebanyak 10%.

## 1.4 Luaran Proyek

*Output* yang akan diserahkan kepada Salon Rainbow adalah ide-ide strategi pemasaran *promotion mix* yang dapat digunakan dan diterapkan oleh Salon Rainbow dalam jangka waktu yang panjang, seperti:

1. *Advertising* : Iklan yang akan dibuatkan berupa brosur berisikan jasa dan paketan serta promosi yang sedang berlangsung dan yang disediakan Salon Rainbow. Iklan *online* akan dilakukan lewat platform sosial media yaitu melalui story berbayar di Instagram.
2. *Direct Marketing* : Membuat akun Instagram untuk Salon Rainbow untuk menjangkau lebih banyak masyarakat dengan menginformasikan diskon yang sedang berlaku di Salon Rainbow agar tertarik untuk mengunjungi salon.

3. *Sales Promotion* : Membuat kartu member dimana setiap penerima kartu tersebut diberi diskon sebanyak 10% jika bertransaksi minimal Rp. 300,000. Selain itu, member akan diberi diskon 20% pada hari ulang tahun mereka. Pelanggan juga akan mendapat *reward card*, dimana jika telah terkumpul sebanyak 10 stempel dalam satu kartu, pelanggan akan mendapatkan *creambath* gratis.

### 1.5 Manfaat Proyek

Adapun manfaat yang dapat diambil dari proyek ini yaitu sebagai berikut:

1. **Bagi Pemilik Usaha**  
Dengan adanya proyek ini, pemilik dapat lebih mengenal lebih tentang strategi promosi yang dapat membantu Salon Rainbow untuk dikenal lebih luas oleh masyarakat di dalam maupun di luar kota Batam. Adanya proyek ini juga dapat membantu Salon Rainbow untuk meningkatkan penjualan dari sebelumnya.
2. **Bagi Penulis Selanjutnya**  
Adanya proyek ini dapat membantu penulis selanjutnya sebagai referensi dalam merancang strategi promosi dan membantu penulis selanjutnya untuk merancang laporan lebih baik dari sebelumnya.

### 1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dari laporan kerja praktek ini terdiri dari tujuh bab, yaitu:

#### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan secara singkat tentang latar belakang dari usaha, ruang lingkup, tujuan dari proyek kerja praktek, luaran proyek, manfaat proyek beserta sistematika pembahasan dari laporan kerja praktek ini.

#### BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan secara singkat tentang materi yang berkaitan dengan referensi yang digunakan. Isi yang terdapat dalam bab ini adalah teori, temuan dan hasil



penelitian sebelumnya beserta tinjauan pustaka yang berkaitan dengan materi.

**BAB III :**

**GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini menjelaskan tentang perusahaan yang digunakan untuk laporan kerja praktek ini diantaranya adalah identitas, struktur organisasi, jam operasional, lokasi, dan sistem kerja yang digunakan oleh perusahaan.

**BAB IV :**

**METODOLOGI**

Bab ini akan menjelaskan mengenai rancangan penelitian, teknik pengumpulan data, proses perancangan sistem, tahapan dan jadwal pelaksanaan selama kerja praktek berlangsung

**BAB V :**

**ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN**

Bab ini menjelaskan tentang analisis mengenai gambaran observasi dari awal mulai sampai akhir kerja praktek, perancangan sistem, beserta kendala yang dihadapi saat proses kerja praktek ini.

**BAB VI :**

**IMPLEMENTASI**

Bab ini menjelaskan tentang sistem yang diimplementasikan beserta kondisi perusahaan setelah implementasi berhasil dilakukan

**BAB VII :**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari laporan kerja praktek ini beserta saran bagi penulis selanjutnya ataupun pihak terkait untuk meningkatkan hasil kerja praktek dikemudian harinya.