

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejalan dengan perkembangan ekonomi, teknologi dan sosial budaya sebagai akibat dari arus perubahan global yang mendorong perubahan besar pada seluruh aspek perilaku konsumen dan pemenuhan kebutuhannya yang terus berkembang, maka banyak orang mengatakan untuk sekarang ini merupakan keadaan yang cukup sulit untuk memperlebar peluang bisnis. Hal ini membuat pelaku bisnis memutar kembali otaknya dan mencari lahan bisnis yang cukup prospektif. Dalam melakukan suatu bisnis maka diperlukan suatu pemasaran, dimana pemasaran pada saat ini mempunyai peranan penting dalam melakukan suatu bisnis dan salah satu program pemasaran yang paling efektif yaitu menggunakan *marketing mix* (bauran pemasaran).

Peranan *marketing mix* (bauran pemasaran) sangatlah penting dalam suatu pemasaran yang pada akhirnya akan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk menggunakan suatu barang maupun jasa (Kotler, 2002:68). Dalam menjalankan suatu bisnis hendaknya dapat menciptakan program pemasaran yang bagus serta dapat mengenai sasaran. Dengan demikian dalam suatu program pemasaran harus menggabungkan semua kemampuan pemasaran bisnis tersebut yang akan menjadikan sekumpulan kegiatan yang menentukan posisi perusahaan terhadap pesaing, yaitu dalam rangka bersaing untuk merebut pasar sasaran. Keberhasilan suatu kegiatan bisnis tidak hanya bergantung pada kualitas yang diberikan, akan tetapi tergantung pada hubungan antara produsen dan konsumen yang berkelanjutan.

Pada saat ini konsumen semakin banyak menghadapi pilihan, sehingga untuk dapat berhasil memenangkan persaingan bisnis sangatlah sulit, maka dari itu setiap bisnis dituntut untuk dapat menghasilkan suatu yang lebih berkualitas serta bauran pemasaran yang harus dilakukan dengan baik dan benar karena hal itu akan mempengaruhi konsumen dalam keputusan penggunaan.

Tampil cantik adalah keinginan setiap wanita, dengan kecantikan yang dimilikinya seorang wanita akan lebih percaya diri. Sebagai manusia keinginan untuk tampil cantik dan sempurna agar dikagumi oleh banyak orang sangatlah manusiawi, maka saat ini banyak bermunculan salon kecantikan yang menawarkan perawatan kecantikan mulai dari ujung rambut hingga ujung kaki yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan jasmani maupun rohani. Untuk saat ini salon merupakan ladang bisnis yang sangat menguntungkan karena banyak yang menganggap salon kecantikan semakin ke depan semakin maju dan salon juga menjadi kebutuhan pokok yang harus dipenuhi sebagai tempat perawatan dan kecantikan tubuh.

Salon yang baik harus memperhatikan layanan yang dibutuhkan, penetapan harga yang sesuai dengan target pasarnya, serta fasilitas tambahan lainnya yang dapat menimbulkan persepsi yang baik bagi konsumen sehingga salon tersebut mempunyai keunggulan tersendiri dibandingkan dengan salon lainnya dimana kualitas layanan juga harus diperhatikan oleh pihak salon tersebut sehingga tidak menyebabkan salon mengalami penurunan. Persaingan bisnis yang semakin berkembang serta agar dapat mengikuti arus persaingan yang semakin tinggi, maka penyedia salon harus bisa beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang semakin berubah-ubah dan harus bisa memasarkan jasanya kepada konsumen, hal ini dilakukan agar tetap bersaing di pasaran yang tujuan akhirnya

untuk mendapatkan hati konsumen dan juga bisa mempertahankan konsumen lama.

Berbagai usaha yang berkembang saat ini, peranan *marketing mix* sangatlah penting karena merupakan salah satu faktor kunci penentu keberhasilan suatu bisnis. Madura terutama di Pamekasan banyak yang menyediakan jasa salon khususnya di kota Pamekasan. Di Pamekasan terdapat salon dengan kualitas yang bagus dibandingkan salon lainnya karena salon tersebut sudah mendapatkan berbagai penghargaan ketika mengikuti perlombaan. Harga yang di tawarkan oleh salon tersebut bisa dijangkau oleh konsumen tergantung dari harga yang diinginkan, mulai dari harga yang paling termurah sampai harga yang paling mahal. Jasa salon tersebut sudah banyak diketahui oleh masyarakat karena lokasi yang strategis dan dekat dengan keramaian. Dengan lokasi yang strategis akan sangat membantu masyarakat untuk mengetahui salon tersebut. Sarana yang bagus, baik dari segi kebersihan serta segi kelengkapan alat-alat yang di sediakan bisa menarik konsumen untuk datang ke salon monica.

Berhubungan dengan tempat salon Monica yang berukuran kecil, banyak masyarakat yang beranggapan bahwa salon Monica adalah salon kecil-kecilan, karena salon yang terkenal identik dengan tempat yang luas dan mewah yang bisa menarik konsumen untuk datang dan menggunakan jasa salon tersebut. Salon yang berukuran kecil dan kurang menarik akan menyebabkan konsumen enggan untuk datang dan menggunakan jasa salon itu karena konsumen akan beranggapan bahwa salon yang tempatnya kecil adalah salon yang kualitas pelayanannya kurang memuaskan. Salon yang tempatnya kecil meskipun ada di pusat perkotaan akan menjadi salah satu faktor yang akan menyebabkan

masyarakat enggan untuk mengunjungi salon Monica selain itu juga menyebabkan tidak stabilnya jumlah pengguna salon tersebut. Berikut ini adalah data-data jumlah orang yang pernah menggunakan jasa Salon Monica dari tahun ke tahun.

Tabel 1.1 Data pengguna Salon Monica

No	Produk jasa salon Monica	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013
1	Potong Rambut	295	321	354	260	260
2	Semir Rambut	53	60	87	42	52
3	Rias Penganten	489	358	654	521	463
4	Makeup wisuda dan pesta	52	40	34	46	53
5	Masker	24	30	41	37	40
6	Cream Bath	98	102	74	83	98
7	Cuci Muka	189	205	153	144	168
8	Sanggul	28	35	45	52	38
9	Rebonding	134	78	104	289	120
10	Keriting Rambut	38	56	45	39	40
Jumlah		1365	1233	1508	1477	1332
Presentase		19,7%	17,8%	21,8%	21,4%	19,3%

Sumber: Salon Monica, 2013

Promosi yang kurang efektif serta penyampaian informasi kurang jelas kepada masyarakat bisa menyebabkan salon tersebut kurang diketahui dan di kenal oleh konsumen sehingga sulit untuk memasarkan jasa tersebut kepada konsumen apalagi di seluruh daerah Pamekasan termasuk daerah pelosok yang tempatnya jauh dari keramaian serta jauh dari informasi yang akan terus

berkembang dari waktu ke waktu yang akan menyebabkan masyarakat yang tinggal di daerah tersebut akan mengalami kesulitan akan adanya suatu informasi hal ini akan menyebabkan masyarakat yang tinggal disana tidak akan mengetahui adanya salon tersebut, hanya saja bentuk dari promosi atau informasinya yaitu dari mulut ke mulut, artinya konsumen yang sudah pernah mendatangi salon akan memberitahukan ke calon konsumen lainnya bahwa salon yang dia datangi adalah salon yang kualitasnya bagus, maka dari itu kurangnya suatu informasi hal ini bisa mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa salon tersebut .hal ini yang menyebabkan terjadinya fluktuasi dalam jumlah penggunaan Salon Monica di Pamekasan.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang diberi judul “ **PENGARUH MARKETING MIX JASA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SALON MONICA DI KABUPATEN PAMEKASAN**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah dikemukakan tersebut, maka masalah yang diidentifikasi oleh penulis adalah :

1. Apakah *marketing mix* (produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, bukti fisik) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan salon Monica di Pamekasan?
2. Dari tujuh variabel dalam *marketing mix*, variabel manakah yang berpengaruh paling besar terhadap keputusan penggunaan salon Monica di Pamekasan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh dari *marketing mix* jasa (produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, bukti fisik) terhadap keputusan penggunaan salon Monica di Pamekasan.
2. Untuk mengetahui dari tujuh variabel dalam *marketing mix* jasa yang berpengaruh paling besar terhadap keputusan penggunaan salon Monica di Pamekasan

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Maka penelitian ini berguna bagi :

1. Bagi Penulis

Kegunaan penelitian ini bagi penulis yaitu untuk dapat membandingkan teori yang telah didapat di bangku perkuliahan dengan situasi dan kondisi yang sudah ada dan kenyataan kerja sehari-hari.

2. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak lain khususnya peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi serta dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.