

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

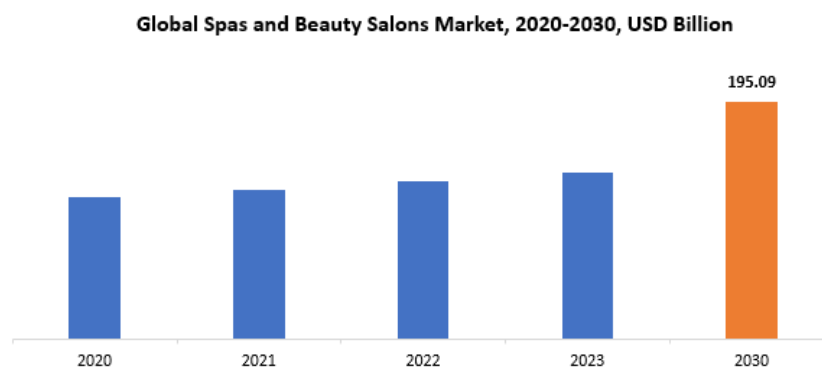
Pada industri salon perawatan rambut di Indonesia terus berkembang pesat, dengan semakin banyaknya masyarakat yang sadar akan pentingnya penampilan dan perawatan rambut. Hal ini membuka peluang para pengusaha salon untuk membangun dan meningkatkan usahanya, dan perkembangan industry salon perawatan rambut mencapai tingkat pertumbuhan yang sangat signifikan.

Peningkatan kesadaran akan penampilan diri dan perawatan rambut menjadi pendorong utama di balik pertumbuhan pesat industri ini. Masyarakat Indonesia semakin menyadari bahwa penampilan yang rapi dan menarik dapat memberikan kepercayaan diri yang lebih besar dalam berbagai aspek kehidupan, baik itu dalam karier, hubungan sosial, maupun dalam memenuhi standar kecantikan yang semakin meningkat.

Selain itu, perkembangan teknologi dan tren global dalam industri kecantikan juga memainkan peran penting dalam pertumbuhan salon perawatan rambut di Indonesia. Inovasi dalam produk-produk perawatan rambut, teknik pemotongan dan pewarnaan rambut, serta penggunaan perangkat dan alat modern telah membuka peluang baru bagi pengusaha salon untuk menawarkan layanan yang lebih canggih dan berkualitas kepada pelanggan mereka.

Tidak hanya itu, meningkatnya penggunaan media sosial juga berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan industri salon perawatan rambut. Para pengusaha salon cerdas memanfaatkan platform-platform media sosial untuk mempromosikan layanan-layanan mereka, berbagi konten inspiratif, dan berinteraksi langsung dengan pelanggan potensial. Hal ini memungkinkan mereka untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens mereka dan meningkatkan visibilitas merek mereka secara online.

Industri salon dapat menciptakan entrepreneur baru, apabila pemerintah ikut serta dalam membantu perkembangan industri salon (Nurul, 2012). Lantaran selama ini industri salon menjadi bagian industri kreatif yang menunjang kosmetik, fashion, dan seni pertunjukkan (Rudy Hadisuwarno., 2012) menyebabkan banyaknya kemunculan bisnis salon kecantikan mulai dari yang kecil hingga besar. Mengutip data dari Riset KLINE 2017: Salon Hair Care 2017: Indonesia Market Analysis and Opportunities, bahwa industri salon memiliki estimasi nilai hingga mencapai Rp 13 triliun. Sedikitnya, 101 ribu salon di Indonesia beroperasi dengan estimasi jumlah karyawan yang terserap lebih dari 500 ribu orang (Mutiah., 2020) membuat persaingan bisnis salon menjadi lebih ketat dibanding era sebelumnya.

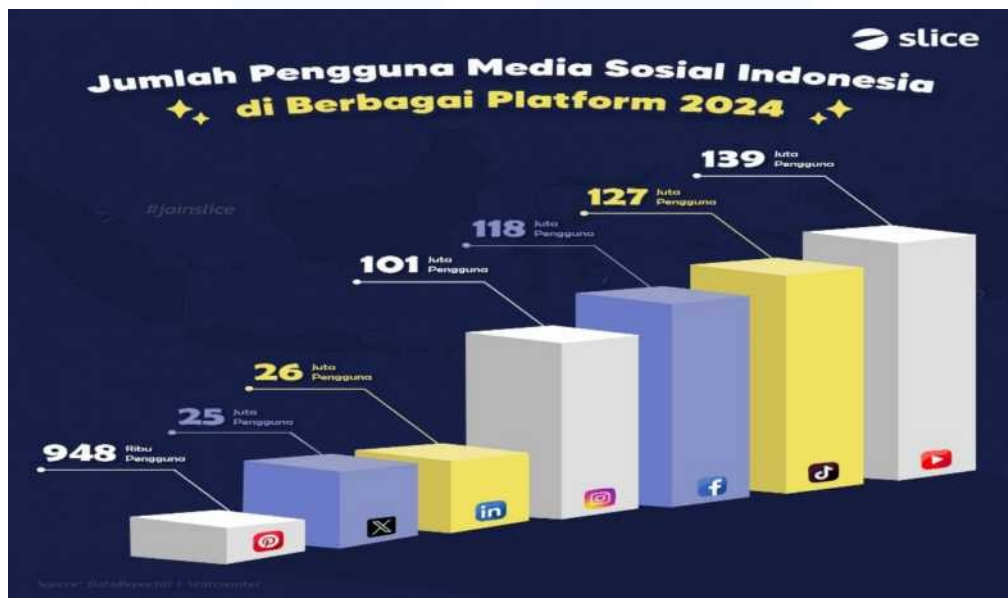


Gambar 1. 1 Diagram pasar global spa dan salon rambut selama periode 2020-2030

Sumber: Exactitude Consultancy

Berdasarkan diagram, pasar global spa dan salon rambut menunjukkan pertumbuhan yang stabil dan positif selama periode 2020-2030. Diperkirakan pasar ini akan mencapai nilai USD 195,09 miliar pada tahun 2030, dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata (CAGR) sebesar 5,2% selama periode prediksi.

Dari banyaknya pesaing-pesaing pada industry salon perawatan rambut, setiap salon memiliki cara masing-masing untuk memajukan usahanya salah satunya dengan menggunakan social media seperti Instagram dan yang lainnya.



Gambar 1. 2 Diagram jumlah pengguna social media

Sumber: Slice (2024)

Pada diagram diatas yakni social media sangat berpengaruh dalam memajukan dan mengembangkan usaha salah satunya Instagram yang mendominasi urutan ke dua pada tahun 2024. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan adalah Instagram. Informasi yang diperoleh dari berbagai orang tentang suatu produk akan berdampak pada brand image. Instagram digunakan secara aktif oleh masyarakat Indonesia. Salah satu lembaga survei mengatakan bahwa orang Indonesia menggunakan Instagram lima hingga sepuluh kali dalam sehari. 72% waktu dihabiskan untuk scroll, dengan 75% yang paling menarik mengatakan ingin mencari akun vendor di Instagram. Para pelaku bisnis melihat popularitas Instagram sebagai kesempatan yang bagus untuk mempromosikan produk perusahaan mereka. Instagram adalah platform media sosial yang paling efektif untuk mengembangkan bisnis.

Salah satunya bisnis salon kecantikan. Karena banyaknya pengusaha baru yang masuk ke industri kecantikan, sektor ini akan terus berkembang. Salon di Indonesia menjadi bervariasi dikarenakan mempunyai selera yang selalu ingin mencoba hal-hal baru. Sosial media merupakan platform yang sangat efektif untuk menjangkau pelanggan baru, membangun hubungan baik dengan pelanggan lama, dan mempromosikan produk dan layanan salon dan membangun brand image yang positif.

Instagram adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video dengan pengikutnya. Platform ini telah memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan. Berdasarkan penelitian Hawa et al., (2023) menunjukkan bahwa Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan dan menempati peringkat lima besar di dunia. Dalam konteks terbaru, Instagram sering dijelaskan sebagai alat pemasaran yang kuat bagi bisnis dalam berbagai industri, termasuk industri makanan dan minuman. Penggunaan Instagram oleh bisnis sering kali bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan membangun kepercayaan serta loyalitas merek. Berikut adalah pengertian Instagram menurut penelitian sebelumnya:

Menurut Nevyra & Monang, (2021) aplikasi media sosial Instagram merupakan salah satu dari aplikasi media sosial yang digandrungi oleh sebagian besar masyarakat diseluruh dunia. Aplikasi ini merupakan aplikasi media sosial yang dirancang untuk mengambil foto, merekam video, dan membagikannya kepada pengguna Instagram lainnya. Media sosial Instagram dapat memberikan informasi dan berita bermanfaat kepada penggunanya, sekaligus, berkontribusi terhadap kepuasan pengguna. Meskipun setiap pengguna mempunyai maksud dan tujuan yang berbeda-beda.

Menurut Wibisono, (2020) Instagram, sebuah platform media sosial yang amat digandrungi baik oleh remaja maupun orang dewasa, Instagram menunjukkan signifikansi keberadaannya sebagai wadah berbagi momen, yang didukung oleh data penelitian yang mencatat persentase penggunaan sebesar 43,33%. Dalam era di mana teknologi semakin canggih dan mendominasi kehidupan manusia, Instagram dianggap sebagai pilihan yang sangat relevan untuk kegiatan promosi, termasuk dalam konteks pemasaran usaha dan transaksi jual-beli.

Sedangkan dalam jurnal Prihatiningsih, (2017) menjelaskan bahwa Instagram adalah sebuah aplikasi untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya melalui berbagai platform jejaring sosial. Sebagai salah satu jenis media sosial, Instagram termasuk dalam kategori yang memberikan akses yang mudah dan menyediakan informasi kepada penggunanya.

Secara keseluruhan, Instagram adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video secara instan. Dalam perkembangannya, Instagram telah berkembang menjadi lebih dari sekadar aplikasi berbagi foto, melainkan juga menjadi platform untuk interaksi sosial, pemasaran produk, dan bahkan tempat untuk berjualan secara online. Dengan fitur-fitur seperti filter digital dan kemampuan berbagi ke berbagai jejaring sosial, Instagram telah menjadi salah satu media yang paling populer di dunia, terutama di kalangan remaja dan dewasa muda. Selain itu, akuisisi oleh Facebook pada tahun 2012 dengan biaya yang sangat besar menunjukkan nilai dan potensi besar dari platform ini dalam dunia digital. Dengan demikian, Instagram tidak hanya menjadi alat untuk berbagi momen, tetapi juga menjadi bagian integral dari kehidupan online banyak orang di seluruh dunia.

## **Pentingnya brand image positing**

Brand image adalah persepsi yang terbentuk di benak konsumen tentang suatu merek berdasarkan pengalaman, interaksi, dan ekspektasi mereka. Dalam konteks perusahaan salon kecantikan, brand image memegang peranan yang sangat penting dan dapat menentukan kesuksesan bisnis dalam jangka panjang. Pertama, brand image yang kuat membantu membedakan salon kecantikan dari para pesaingnya. Industri kecantikan adalah sektor yang sangat kompetitif dengan banyaknya salon yang menawarkan layanan serupa. Sebuah brand image yang positif dan unik dapat membuat salon tersebut menonjol di antara yang lain. Misalnya, jika sebuah salon dikenal memiliki suasana yang mewah dan pelayanan yang sangat ramah, pelanggan lebih cenderung memilih salon tersebut dibandingkan salon lain yang tidak memiliki citra yang sejelas atau sepositif itu.

Kedua, brand image yang baik meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Konsumen cenderung lebih percaya pada salon yang memiliki reputasi baik. Ketika pelanggan percaya bahwa sebuah salon menawarkan kualitas layanan yang konsisten dan memuaskan, mereka akan lebih mungkin kembali dan menjadi pelanggan setia. Loyalitas ini tidak hanya meningkatkan pendapatan berulang tetapi juga mendorong word-of-mouth marketing yang efektif, di mana pelanggan merekomendasikan salon kepada teman dan keluarga mereka.

Ketiga, brand image yang positif dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen baru. Banyak pelanggan baru akan melihat ulasan, rekomendasi, dan reputasi online sebelum memutuskan untuk mengunjungi sebuah salon. Jika brand image salon tersebut positif dan didukung oleh ulasan yang baik, calon pelanggan akan lebih mungkin untuk mencoba layanan yang ditawarkan. Di era digital saat ini, di mana informasi mudah diakses, brand image yang baik menjadi semakin krusial.

Selain itu, brand image yang kuat juga mempermudah perusahaan dalam memperluas layanan dan produk mereka. Misalnya, jika sebuah salon sudah memiliki citra yang baik di mata pelanggan, akan lebih mudah bagi mereka untuk

meluncurkan layanan baru atau produk perawatan kecantikan, karena pelanggan sudah memiliki kepercayaan pada kualitas yang ditawarkan. Ini juga dapat membuka peluang untuk kemitraan atau kolaborasi dengan merek lain yang ingin terasosiasi dengan brand image positif tersebut.

Secara keseluruhan, brand image adalah aset yang tak ternilai bagi perusahaan salon kecantikan. Dengan brand image yang kuat, salon dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, menarik pelanggan baru, dan memperluas bisnis dengan lebih mudah. Oleh karena itu, penting bagi setiap salon untuk secara aktif mengelola dan memperkuat brand image mereka melalui kualitas layanan yang konsisten, interaksi yang positif dengan pelanggan, dan strategi pemasaran yang efektif.

Brand image positif sangat penting bagi salon perawatan rambut karena dapat:

- Meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas salon.

Meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas salon adalah hal yang sangat penting untuk membangun reputasi yang kuat di industri kecantikan. Kepercayaan pelanggan dapat diperoleh melalui konsistensi dalam memberikan layanan berkualitas tinggi, menjaga kebersihan dan higienitas, serta mempekerjakan staf yang terlatih dan profesional. Selain itu, transparansi dalam penjelasan tentang produk yang digunakan dan layanan yang ditawarkan juga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Dengan membangun kredibilitas, salon dapat memastikan bahwa pelanggan merasa aman dan nyaman menggunakan layanan mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan rekomendasi dari mulut ke mulut.

- Membedakan salon dan kompetitor lainnya.

Untuk membedakan salon dari kompetitor lainnya, penting bagi salon untuk menemukan dan menonjolkan keunikan atau keunggulan kompetitif mereka. Ini bisa berupa layanan khusus yang tidak ditawarkan oleh salon lain, penggunaan produk eksklusif, atau pendekatan personalisasi

dalam melayani pelanggan. Selain itu, menciptakan atmosfer dan pengalaman yang unik di salon, seperti desain interior yang menarik, layanan pelanggan yang ramah dan profesional, serta program loyalitas yang menarik, dapat membuat salon lebih menonjol. Dengan menawarkan sesuatu yang berbeda dan bernilai tambah, salon dapat menarik perhatian pelanggan dan membuat mereka lebih memilih salon tersebut dibandingkan kompetitor lainnya.

- Menarik pelanggan baru dan mempertahankan para pelanggan lamanya.

Menarik pelanggan baru dan mempertahankan para pelanggan lama adalah dua aspek penting dalam strategi bisnis salon. Untuk menarik pelanggan baru, salon dapat menggunakan berbagai strategi pemasaran, seperti promosi melalui media sosial, penawaran khusus, dan kerjasama dengan influencer atau selebriti. Menyediakan layanan percobaan atau diskon untuk pelanggan baru juga bisa menjadi cara efektif untuk menarik mereka. Di sisi lain, mempertahankan pelanggan lama memerlukan upaya untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggan melalui layanan yang konsisten dan berkualitas, serta memberikan penghargaan kepada pelanggan setia melalui program loyalitas, diskon khusus, atau hadiah. Menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan, seperti mengirimkan ucapan terima kasih atau menawarkan promo ulang tahun, juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

- Meningkatkan penjualan produk dan layanan pada salon.

Meningkatkan penjualan produk dan layanan pada salon dapat dilakukan melalui berbagai strategi. Salah satunya adalah dengan mengedukasi pelanggan tentang manfaat produk dan layanan yang ditawarkan, misalnya melalui konsultasi pribadi atau demonstrasi langsung. Memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan setelah mereka menerima layanan juga bisa membantu meningkatkan



penjualan. Selain itu, mengadakan promosi bundling atau diskon untuk pembelian produk tertentu dapat menarik minat pelanggan untuk membeli lebih banyak. Melatih staf untuk memiliki keterampilan penjualan yang baik dan memberikan insentif bagi mereka juga dapat meningkatkan penjualan. Dengan strategi yang tepat, salon dapat meningkatkan pendapatan tidak hanya dari layanan tetapi juga dari penjualan produk.

Media social dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk membangun brand image positif pada salon perawatan rambut. Dengan strategis dan konten yang tepat, salon juga dapat menunjukkan nilai dan keunikan mereka kepada target audience. Namun salon Ot's Hair Design & Studio memilih Instagram sebagai platform media social yang aktif dan digunakan untuk mengembangkan dan mempromosikan salonnya.

#### Alasan Memilih Salon Rambut Ot's Hair Design & Studio

Berdasarkan uraian diatas, saya memilih untuk magang di salon Ot's Hair Design & Studio karena saya ingin:

- Membuat reputasi yang baik

Magang di Ot's Hair Design & Studio memberikan kesempatan untuk berkontribusi pada peningkatan reputasi salon melalui pelayanan yang profesional dan berkualitas. Dengan bekerja di lingkungan yang sudah dikenal akan standar tinggi dalam layanan, saya dapat belajar dan menerapkan praktik terbaik yang membantu memperkuat citra positif salon di mata pelanggan.

- Penggunaan media social yang efektif terutama instgram

Saya tertarik untuk mempelajari dan memanfaatkan penggunaan media sosial secara efektif, khususnya Instagram, yang merupakan platform penting untuk pemasaran digital di industri kecantikan. Dengan bimbingan dari tim yang berpengalaman di Ot's Hair Design & Studio, saya berharap

dapat mengembangkan keterampilan dalam membuat konten menarik, mengelola akun media sosial, dan meningkatkan engagement serta followers, yang semuanya berkontribusi pada visibilitas dan daya tarik salon.

- Kesempatan belajar sebagai pengalaman

Magang di Ot's Hair Design & Studio memberikan saya kesempatan belajar langsung dari para profesional yang berpengalaman di industri kecantikan. Ini merupakan peluang berharga untuk mendapatkan pengetahuan praktis, memahami dinamika operasional salon, dan mengasah keterampilan yang diperlukan untuk sukses di bidang ini. Pengalaman ini akan menjadi landasan kuat bagi karir saya di masa depan.

Kesimpulannya disini saya yakin bahwa magang di Ot's Hair Design & Studio akan memberikan saya kesempatan untuk belajar dan mengembangkan skill saya di bidang admin social media, serta membantu saya untung membangun karir di bidang ini.

## **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

### **Maksud:**

- Memperoleh pengalaman kerja di bidang admin social media/social media marketing untuk salon rambut.
- Mempelajari strategi dan Teknik sosial media marketing yang efektif untuk membangun brand image positif salon rambut.
- Meningkatkan kemampuan dalam mengelola akun media social yaitu Instagram untuk membangun brand image positif.

### **Tujuan:**

- Membantu salon Ot's Hair Design & Studio membangun brand image positif di media social.
- Membangun brand awareness dan engagement di Instagram
- Meningkatkan penjualan produk dan layanan melalui instagramnya.

### **1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Pelaksanaan kerja magang berlangsung pada tanggal 15 January 2024 sampai dengan 27 April 2024 sesuai dengan arahan yang sudah ditentukan pada panduan MBKM Magang Track 1.

Hari kerja: senin – minggu (off 1x per minggu)

Jam kerja: pukul 10.00 – 19.00WIB

Pelaksanaan kerja magang dilakukan secara WFO (Work From Office) dan lokasi kerja praktik magang di Ruko Sorrento Junction, Jl. Ir.Sukarno No. 36, CurugSangereng, Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15810.

Berposisi di tempat kerja magang sebagai admin social media Instagram.

#### **Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

- Melakukan pengisian KRS untuk Internship Track 1.
- Mencari Perusahaan magang yang sesuai dengan kriteria kampus
- Mengirimkan CV kepada HRD PT. Otis Kosmetika Indonesia pada tanggal 27 Desember 2023
- Melakukan interview secara tatap muka pada tanggal 5 Januari 2024.
- Pada tanggal 15 Januari mulai melaksanakan praktik kerja magang
- Berakhir pada 27 April sesuai kesepakatan dari perusahaan sebelumnya