

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kecantikan merupakan ekspresi dari suatu hal yang ideal, sebagai simbol kesempurnaan terhadap sesuatu yang bagus atau atraktif (Santayana, 2012:11), kecantikan pun menjadi sesuatu yang penting untuk masyarakat di era modern ini, oleh karena itu harus dirawat dan juga dijaga. Perawatan kecantikan semakin beragam menyesuaikan dengan kebutuhan sendiri, seperti perawatan wajah, kuku, rambut, dan bahkan tubuh. Terdapat beberapa tempat yang bisa membantu serta memfasilitasi kebutuhan tersebut, seperti klinik kecantikan, body spa, dan salon. Mengetahui hal tersebut, tidak heran apabila banyak orang memilih untuk membuka usaha berhubungan dengan kecantikan karena peluang serta peminat yang cukup banyak, salah satunya Fans Salon .

Fans Salon adalah salon yang terletak di salah satu ruko Cikupa, Tangerang, Banten. Berdasarkan hasil wawancara dengan owner Fans Salon , Lindaryati Arifah (50 tahun) salon ini telah berdiri sejak 17 Februari 2011. Fans Salon memiliki pelayanan beragam, mulai dari potong rambut, *spa, facial, manicure, pedicure* sampai refleksi. Melalui *review google*, Fans Salon mendapatkan rating yang cukup baik, yaitu 4,1/5. Hal ini karena terdapat keunggulan, seperti karyawan ramah dan pengerjaannya yang relatif cepat, harga terjangkau dibanding salon lainnya, lokasi strategis, tempat salon nyaman, parkir luas, dan mudah di *contact* sehingga pelanggan tidak perlu menunggu lama.

Sayangnya berdasarkan wawancara dengan *Owner*, usaha Fans Salon ini hanya memanfaatkan kegiatan promosi cetak/*offline*, contohnya *banner* dan WOM (Words Of Mouth). Hal ini menyebabkan salon sepi karena mengandalkan pelanggan lama dan tidak ada pengunjung atau pelanggan baru. *Owner* Fans Salon , Lindaryati Arifah (50 tahun) mengatakan alasan utamanya karena belum memahami bagaimana cara yang baik untuk mempromosikan usahanya. Hal

tersebut disayangkan, karena Promosi adalah sesuatu yang penting. Menurut Rohaeni dalam (Arieca, 2002) melalui promosi, konsumen bisa mengenal lebih jauh mengenai produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan, sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan rasa ketertarikan dan minat untuk membeli produk atau menggunakan jasa tersebut. Lalu, melalui kegiatan ini perusahaan bisa memperluas jangkauan konsumen.

Selanjutnya melalui observasi dan wawancara pun, ditemukan masalah berupa penggunaan media promosi yang minim karena kurangnya pengetahuan mengenai cara mempresentasikan media visual dengan baik kepada masyarakat dan desain yang ditunjukkan tidak menampilkan keunggulan atau ciri khas salon. Akibatnya, *awareness* dan *engagement* Fans Salon menurun. Adapun hasil kuesioner dari daerah Tangerang umur 20-30 tahun, 79,6 % orang belum pernah mengunjungi Fans Salon padahal mereka suka ke salon. Oleh karena itu, kegiatan promosi dibutuhkan agar bisa meningkatkan *awareness* dan *engagement* tersebut. Terakhir, ada masalah lain yaitu Fans Salon mengalami penurunan pendapatan semenjak COVID-19 dan sampai sekarang belum pulih seperti sebelumnya. Setelah ditemukan berbagai masalah, dapat dikatakan apabila tidak melakukan kegiatan promosi, ditakutkan usaha Fans Salon akan mengalami penurunan terus-menerus yang mengakibatkan tidak bisa bersaing dengan kompetitor lainnya dan kemungkinan terburuknya harus *gulung tikar*.

Mengetahui fenomena tersebut, penulis memutuskan untuk meneliti dan melakukan perancangan promosi usaha Fans Salon agar bisa meningkatkan kesadaran masyarakat dan memberikan dampak positif atas jalannya usaha serta menambahkan pengunjung serta pelanggan baru kepada Fans Salon.

1.2 Rumusan Masalah

Mengetahui fenomena yang telah dijelaskan, ditemukan rumusan masalah yang bisa diselesaikan melalui perancangan ini, yaitu: Bagaimana perancangan promosi usaha Fans Salon ?

1.3 Batasan Masalah

Penulis membentuk batasan masalah agar pembahasan tidak terlalu luas, antara lain :

1. Demografis

- a. Usia : 20 - 30 tahun

Tahun kelompok usia ini dipilih karena berdasarkan penelitian di Inggris, Orang yang berusia 20 - 30 tahun suka menghabiskan uang paling banyak baik untuk kebutuhan sehari-hari atau lifestyle. Hal ini sudah menjadi kebiasaan karena lebih praktis dan tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga.

- b. Jenis Kelamin : Perempuan

- c. Kewarganegaraan : Indonesia

- d. *Socio Economic Status* (SES) : B

Berdasarkan SES Indonesia 2021, pengeluaran rumah tangga per bulan sebesar Rp 3.000.000,00 – Rp 5.000.000,00. Oleh karena itu, kelompok masyarakat ini dipilih karena biasanya orang-orang tersebut dapat memenuhi kebutuhannya sesuai dengan kemampuan yang dimiliki (Sunarto, 2004).

2. Geografis

- a. Negara : Indonesia

- b. Provinsi : Banten

Penulis memilih provinsi Banten karena letak usaha Fans Salon yang berada di salah satu lokasi di Provinsi Banten, yaitu Tangerang tepatnya di Citra raya, Cikupa. Oleh karena itu, target utama dalam penelitian ini adalah masyarakat baik yang tinggal atau sekedar mengunjungi daerah Tangerang.

3. Psikografis

Perancangan promosi Fans Salon ini ditujukan kepada masyarakat umum khususnya yang peduli dengan penampilan, friendly dan juga aktif. Tidak hanya itu, perancangan ini ditujukan untuk mereka yang tertarik dengan kecantikan dan juga perawatan diri dengan proses

pengerjaan yang relatif cepat. Lalu, perancangan ini juga ditargetkan untuk orang-orang yang suka mencoba hal baru dan mengetahui promo dan diskon yang berlaku.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana merancang promosi usaha Fans Salon kepada masyarakat berusia 20-30 tahun di Tangerang, Banten.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari pembuatan tugas akhir ini antara lain sebagai berikut:

1. Bagi penulis

- a. Dapat menerapkan ilmu dan keterampilan yang didapat dari perkuliahan untuk membantu mengembangkan usaha Fans Salon .
- b. Mengasah kemampuan berkomunikasi dan menyesuaikan diri dengan klien secara nyata.
- c. Mengembangkan kemampuan untuk mengidentifikasi masalah serta menyusun solusi yang sesuai dengan memanfaatkan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki.

2. Bagi Fans Salon

- a. Membantu meningkatkan *brand awareness* usaha Fans Salon kepada masyarakat melalui kegiatan promosi.
- b. Membantu meningkatkan penjualan jasa usaha Fans Salon di daerah Tangerang dan sekitarnya.

3. Bagi Universitas

- a. Sebagai tolak ukur kepada mahasiswa yang ingin mengambil tugas akhir berupa perancangan promosi.
- b. Dapat dijadikan sebagai bukti kepada masyarakat bahwa universitas bisa menghasilkan penelitian yang bermanfaat.