

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi atau yang dikenal dengan istilah *Information and Communication Technology* (ICT) dan internet telah merambah berbagai bidang kehidupan tidak terkecuali bidang bisnis dan perdagangan. Dengan adanya internet dan ICT proses pemasaran dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu. Pada saat ini, semakin banyak pelanggan yang menuntut untuk mendapatkan informasi yang cepat dan up-to-date secara mudah sehingga banyak perusahaan memperluas proses bisnis mereka dengan memanfaatkan internet disetiap perusahaan bisnis salah satunya pada kegiatan promosi dengan menggunakan metode *marketing mix* (Mulya, 2017).

Marketing mix merupakan konsep alat pemasaran untuk dapat mengembangkan strategi dengan terkendali yang dipadukan oleh perusahaan untuk dapat menarik konsumen yang sudah menjadi sasaran pasar. Sarana Sarana bauran pemasaran dikelompokkan menjadi empat kelompok besar yang disebut 4P pemasaran: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*), dengan kata lain marketing mix adalah kumpulan variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat mempengaruhi tanggapan pelanggan (Wibowo et al., 2021).

Di dalam zaman modern ini persaingan usaha bisnis terus mengalami perkembangan, bahkan banyak usaha bisnis terutama dalam bidang jasa yang bermunculan, usaha bisnis dalam bidang jasa yang bermunculan salah satunya

adalah penyedia jasa salon. Perubahan dan perkembangan zaman yang terjadi, membuat semua orang ingin mengikuti kecenderungan mengikuti zaman ini yaitu dengan cara memperhatikan penampilan. Saat ini memperhatikan penampilan menjadi kebutuhan sehari-hari. Sehingga banyak usaha bisnis penyedia jasa yang menawarkan jasa untuk memperhatikan penampilan seperti usaha dalam bidang kecantikan (Pratama & Hayati, 2016).

Salah satu bisnis atau bentuk usaha dalam bidang kecantikan yang ada yaitu salon yang merupakan bentuk usaha yang berhubungan dengan layanan kecantikan, yang menawarkan berbagai perawatan dari ujung rambut hingga ujung kaki. Saat ini khususnya di Indonesia sudah banyak berkembang jasa yang ditawarkan oleh para professional untuk memenuhi kebutuhan setiap wanita akan ketergantungannya terhadap kebutuhan pelanggan. Jasa makeup artist pun juga banyak dibutuhkan dikalangan masyarakat terutama wanita, dan tidak sedikit pelayanan jasa salon yang berbakat diketahui masyarakat atau untuk memulai usaha pelayanan jasa tersebut salah satunya Griya Spa (Setianni & Syahputri, 2019).

Griya Spa berdiri pada 22 Desember 2005 yang didirikan oleh Ibu Hera yang terdiri dari 4 tim (tim rias, tim salon, dekorasi, dan photographer) yang bekerja sama dengan Ibu Hera dengan jumlah karyawan sebanyak 9 karyawan. Griya Spa bertempat di Jl Raya Serdang Dusun 1 A. RT 07 Tanjung Bintang. Griya Spa merupakan tempat jasa spa dan *make up* untuk memenuhi kebutuhan setiap wanita akan ketergantungannya terhadap perawatan wanita dan tata rias wajah di wilayah Tanjung Bintang Lampung Selatan. Griya Spa menyediakan paket layanan jasa perawatan yaitu jasa *Ribonding* terdapat paket *Ribonding* Rp.

100.000 dan paket *Ribonding Spa* Rp. 150.000. Jasa *Smoothing* terdapat paket *Smoothing* Rp. 150.000 dan *Smoothing Spa* Rp. 200.000. Jasa *Crembath* terdapat paket *Crembath* Biasa Rp. 35.000 dan *Crembath* Lengkap Rp. 50.000. Jasa Masker Rambut terdapat paket Masker Rambut Biasa Rp. 40.000 dan Masker Rambut Lengkap Rp. 50.000. Jasa *Facial* terdapat paket *Facial* Rp. 35.000 dan *Facial* Lengkap Rp. 60.000. Jasa paket Masker Mata Rp. 20.000, *Ear Candle* Rp. 25.000, Lulur Biasa Rp. 65.000, Lulur + Sauna Rp. 85.000 serta Ratus Vagina Rp. 25.000.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada pemilik Griya Spa dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan harus datang langsung untuk melakukan pemesanan jasa salon pada Griya Spa. Begitupun pengelolaan data transaksi saat ini masih dilakukan secara manual yaitu dicatat kedalam nota pemesanan sehingga terdapat kendala yaitu sering terjadi kesalahan dalam pencatatan data pemesanan, tidak adanya laporan transaksi yang diberikan kepada pimpinan dikarenakan masih menggunakan nota, dan cukup membuang waktu dalam proses pemesanan dikarenakan pelanggan harus datang langsung dan terkadang mengalami pengantrian atau *booking full*. Serta kurangnya informasi seputar paket yang ditawarkan oleh Griya Spa dikarenakan pelanggan harus datang langsung.

Berdasarkan masalah diatas maka akan dibangun sistem untuk pelayanan jasa salon pada Griya Spa menggunakan *marketing mix* sebagai satu konsep dalam pemasaran modern pada saat sekarang ini. *Marketing Mix* merupakan faktor-faktor yang dikuasai dan dapat digunakan oleh marketing manajer guna mempengaruhi keputusan pembelian konsumennya (Christine & Budiawan,

2020). Dari pernyataan di atas, maka penulis ingin mengembangkan sistem untuk membuat “**Pengembangan Sistem Pelayanan Salon Menggunakan Marketing Mix (Study Kasus : Griya Spa)**”. Didalam sistem ini *marketing mix* memiliki fungsi untuk alat pemasaran yang dilihat dari produk, harga, tempat, dan promosi yang diperlukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran atau pelanggan. Sistem ini dapat meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan dalam mempersingkat waktu untuk mencari informasi dan memesan jasa salon sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dengan adanya sistem ini kebutuhan Griya Spa dapat diakomodir secara lengkap dan akan lebih mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan jasa salon pada Griya Spa. Serta dapat lebih menghemat waktu untuk melakukan proses pemesanan dan menghasilkan informasi paket jasa yang dibutuhkan oleh pelanggan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, adapun rumusan masalah yang akan dibahas adalah :

1. Bagaimana menginformasikan jenis-jenis pelayanan dan pemasaran salon di Griya Spa?
2. Bagaimana membangun sebuah system yang dapat mengelola data pemesanan treatment yang dapat meminimalisir kesalahan, Serta dapat menyajikan laporan yang dibutuhkan?
3. Bagaimana mempermudah proses pemesanan treatment di Griya Spa?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini dibatasi hanya sebagai media informasi untuk menginformasikan dan juga reservasi dalam pelayanan pada Griya Spa.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menginformasikan jenis-jenis pelayanan dan pemasaran salon di Griya Spa secara mudah dan lengkap.
2. Untuk membangun sebuah sistem yang dapat mengelola data pemesanan treatment yang dapat meminimalisir kesalahan, Serta dapat menyajikan laporan yang dibutuhkan.
3. Untuk mempermudah proses pemesanan treatment di Griya Spa.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini antara lain adalah:

1. Untuk Griya Spa
 - a. Sebagai media informasi jasa secara cepat kepada pelanggan.
 - b. Mempermudah komunikasi untuk memesan jasa salon
 - c. Mempersingkat waktu dalam menyesuaikan jadwal jasa salon.
2. Untuk Pelanggan
 - a. Mempermudah mendapatkan informasi mengenai jasa pelayanan salon Grya Spa
 - b. Mempermudah pelanggan dalam memilih jenis layanan dan melakukan pemesanan.