

## **Analisis Pengembangan Usaha Jasa Salon Kecantikan Di Kota Makassar**

Izmi Burhanuddin<sup>1✉</sup>, Ir. Baso Riadi Husda<sup>2</sup>

Pendidikan Kesejahteraan Keluarga<sup>1</sup>, Universitas Negeri Makassar

Pendidikan Teknik Mesin<sup>2</sup> Universitas Negeri Makassar

### **Abstrak**

Pandangan suatu usaha merupakan wawasan mendalam seputar bisnis yang berisi analisa tentang bagaimana suatu bisnis dapat dijalankan dengan baik. Salah satunya dibidang kecantikan. Dunia usaha dibidang kecantikan sangat berkembang pesat ditandai dengan bermunculannya salon-salon kecantikan terdiri dari *berber shop* yang melayani pemangkasan rambut khusus pria, Klinik Kecantikan yang bekerjasama dengan dokter kulit ahli kecantikan, rumah pengantin yang menyediakan jasa perlengkapan pernikahan serta riasan pengantin, MUA yang mengkhususkan keterampilan mereka dibidang *Make-Up Artist*. Tujuan literature review adalah untuk mendeskripsikan usaha jasa dibidang kecantikan. Metode yang digunakan adalah Metode penelitian deskriptif kualitatif teknik observasi dan wawancara kepada para pengembang usaha jasa dibidang kecantikan. Hasil dan pembahasan menggunakan analisis swot yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan serta peluang yang ada pada usaha jasa kecantikan

**Kata Kunci:** Usaha Kecantikan;Konsumen; analisis SWOT.

### **Abstract**

The view of a business is an in-depth insight about the business that contains an analysis of how the business can be run properly. One of them is in the field of beauty. The business world in the field of beauty is growing rapidly, marked by the emergence of beauty salons consisting of berber shops that serve hair trimming for men, Beauty Clinics in collaboration with dermatologists, beauticians, bridal houses that provide wedding supplies and bridal makeup services, MUA who specialize their skills in the field of Make-Up Artist. The purpose of the literature review is to describe the service business in the beauty sector. The method used is descriptive qualitative research method with observation and interview techniques to service business developers in the field of beauty. The results and discussion use swot analysis which aims to determine the strengths, weaknesses and opportunities that exist in the beauty service business.

**Keywords:** Beauty Business, Consumer, SWOT Analysis

Copyright (c) 2019 Nama Penulis

✉ Corresponding author :

Email Address :izmi.burhanuddin@unm.ac.id

---

## **PENDAHULUAN**

Usaha merupakan suatu proses dalam melakukan berbagai upaya untuk memenuhi kebutuhan usaha/bisnis. Upaya tersebut dengan memanfaatkan segala potensi yang

dimiliki sehingga menghasilkan sesuatu yang bermanfaat. Pandangan suatu usaha merupakan wawasan mendalam seputar bisnis yang berisi analisa tentang bagaimana suatu bisnis dapat dijalankan dengan baik. Menurut Thomas W.Zimmerer (1996) usaha adalah hasil dari suatu disiplin, proses sistematis penerapan kreativitas dan keinovasian dalam memenuhi kebutuhan dan peluang pasar. Di dalam perusahaan jasa yang menangani pelanggan, peran pelanggan sangat penting yang dapat menciptakan penjualan serta keuntungan bagi perusahaan.. Menurut Rusydi, 2017 : 3 pelanggan (*customer*) adalah seseorang yang datang atau memiliki kebiasaan untuk membeli sesuatu dari penjual kebiasaan tersebut meliputi aktifitas pembelian dan pembayaran secara berulang kali. Pelanggan akan kembali memakai produk dan jasa yang ditawarkan apabila pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan dan akan menceritakan pengalaman mereka kepada masyarakat luas.

Dunia usaha dibidang kecantikan sangat berkembang pesat ditandai dengan bermunculannya salon-salon kecantikan terdiri dari *berber shop* yang melayani pemangkasan rambut khusus pria, Klinik Kecantikan yang bekerjasama dengan dokter kulit ahli kecantikan, rumah pengantin yang menyediakan jasa perlengkapan pernikahan serta riasan pengantin, MUA yang mengkhususkan keterampilan mereka dibidang *Make-Up Artist*. Hal tersebut menjadi pendorong bisnis salon kecantikan untuk terus berkembang pesat karena adanya permintaan pelanggan yang terus bertambah. Pemangku bisnis harus dapat melihat peluang pasar menurut Anastasia ( 2009:3) Salon adalah usaha dibidang jasa yang tujuannya untuk memperbaiki dan mempercantik penampilan fisik, dari berbagai jenis perawatan yang ditawarkan seperti (1) Perawatan kecantikan rambut antara lain : creambath, pemangkasan rambut, pengeritingan, pewarnaan rambut, pelurusan rambut, dan (2) Perawatan kecantikan kulit antara lain : perawatan badan diantaranya yaitu facial, manicure, pedicure, rias wajah, dan depilasi.

Memiliki usaha salon kecantikan atau bisnis kecantikan tidaklah mudah, diharuskan menguasai jenis-jenis pelayanan keterampilan serta memperhatikan mutu pelayanan terhadap pelanggan atau konsumen kecantikan. Jasa usaha salon kecantikan mengharuskan untuk memiliki keunggulan dibandingkan salon kecantikan lain. Para pengusaha salon kecantikan tidak hanya menyediakan fasilitas yang nyaman, tetapi juga menjalankan strategi pemasaran serta mengelola sumber daya yang dimiliki dengan baik. Dalam buku *The Official to the City & Guilds Certificate in Salon Servies* ( John Armstong 2006, Thomson Learning) hal - hal yang perlu diperhatikan untuk sebuah usaha salon kecantikan yaitu : (1) Penghawaan setiap ruangan di tempat kerja, (2) Perlunya diperhatikan ventilasi dan kelembaban udara disetiap ruangan, (3) Fasilitas penting seperti toilet dan area pencucian peralatan salon harus diperhatikan, (4) adanya area sirkulasi atau koridor dan tidak boleh ada halangan, (5) Pemilihan lantai yang baik, tidak boleh licin agar tidak mengganggu aktifitas salon, (6) pemeliharaan peralatan elektronik dalam salon seperti *hair dryer*, catokan, dan sebagainya, harus disimpan dengan benar dan selalu dilakukan pemeriksaan apakah ada kerusakan, (7) Kebersihan peralatan salon, (8) melaporkan apabila ada kerusakan dalam segala hal, seperti peralatan, kaca, lemari dan sebagainya.

## METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang datanya terkumpul dalam bentuk verbal, sehingga tidak menenankan pada angka. Menurut Nana Syaodih (2011: 73), penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, Penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh, berdasarkan sumbernya. Data sekunder yang diperlukan berupa informasi perusahaan, diantaranya struktur organisasi, data kerajinan, dokumen, laporan-laporan (Silalahi, 2009). Ada beberapa teknik yang dapat dilakukan untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian, yaitu:

data-data penelitian, lokasi dan lama penelitian serta uraian mengenai pengecekan keabsahan hasil penelitian. Sebaiknya dihindari pengorganisasian penulisan ke dalam "anak sub-judul" pada bagian ini. Namun, jika tidak bisa dihindari, cara penulisannya dapat dilihat pada bagian "Hasil dan Pembahasan".

### 1. Teknik Observasi

Menurut Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur (2012:165), metode observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan. Peneliti menggunakan observasi partisipatif melihat atau mengamati secara langsung.

### 2. Teknik Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Menurut Sugiyono (2010: 194). Wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur, yaitu peneliti memilih beberapa orang yang dirasa mampu untuk menjadi informan bagi wawancara.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Semakin banyak persaingan bisnis di dunia kecantikan, sebaiknya merencanakan pengelolaan usaha harus dengan seksama. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT konsep pierce dan Robinson. Analisis swot merupakan analisis yang menggabungkan faktor kekuatan internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (ancaman dan peluang) yang mana merupakan gambaran umum perusahaan.

### 1. *Strength* (Kekuatan)

Elemen *Strength* merujuk pada kelebihan atau hal-hal yang sudah berhasil dilakukan oleh perusahaan atau proyek kamu. Ini bisa berupa sesuatu yang tidak berwujud seperti atribut brand, perusahaan, *unique selling proposition* dari produk, atau aset teknologi dan sumber daya manusia yang dimiliki. Jasa yang ditawarkan lengkap, lebih luas dan nyaman. Selain itu tersedia lounge dan spa yang menarik minat konsumen, harga-harga yang ditawarkan sangat terjangkau yang dapat

dijangkau mulai dari kalangan mahasiswa hingga kalangan menengah ke atas. Kisaran harga rata-rata jasa mulai Rp.20.000 - Rp.200.000. Selain itu, jasa yang ditawarkan sangat beragam, yaitu potong rambut, tonik, catok, creambath hair mask, hair spa, extention, melentikkan bulu mata, highlight, smoothing, rebonding, bleaching, make up, massage, totok wajah, spa, dan lain-lain. Di samping itu, Sumber Daya Manusia yang dimiliki oleh salon sudah sangat bagus. Keterampilan yang dalam memberikan jasa sesuai yang diinginkan oleh konsumen sangat memuaskan. Rata-rata Sumber Daya Manusia memiliki Sertifikat Pelatihan untuk Jasa Salon Kecantikan. Selain itu, Sumber Daya Manusia juga mengerti gaya yang sedang trend di masa kini. Mereka juga memiliki sikap yang ramah dan sabar terhadap para Konsumen.

## 2. *Weakness (Kelemahan )*

Weakness merupakan faktor yang menjadi kelemahan dalam menjalankan bisnis atau usaha. Keterbatasan Sumber Daya Manusia dan kurangnya pengunjung sehingga pemasukan dana berkurang. Selain itu lokasi usaha yang kurang strategis, sehingga tidak dapat dilihat atau dijangkau oleh pengunjung.

## 3. *Opportunity (Peluang)*

Opportunity adalah peluang dalam bisnis atau usaha yang dikerjakan. Peluang-peluang dalam usaha ini adalah semakin meningkatnya kebutuhan orang-orang akan penampilan dan kebutuhan akan mengikuti tren gaya hidup saat ini, membuat orang-orang berbondong-bondong ke jasa kecantikan.

## 4. *Thread (Ancaman)*

Thread adalah ancaman dalam usaha atau bisnis yang sedang dikerjakan. Adapun ancaman dari usaha jasa kecantikan adalah banyaknya usaha yang serupa dengan bidang jasa salon kecantikan, seperti spa, reflexologi dan home spa yang menawarkan semua item jasa dari rumah ke rumah, Sementara, sebagian besar usaha salon kecantikan hanya menawarkan item jasa rias pengantin di rumah.

Berikut ini adalah analisis SWOT Pengembangan usaha jasa salon kecantikan dalam bentuk tabel:

Tabel 1. SWOT Pengembangan usaha jasa salon kecantikan

| <i>Strength</i>                           | <i>Weakness</i>                | <i>Opportunities</i>                         | <i>Thread</i>  |
|---|--------------------------------|--|--|
| Jenis jasa kecantikan lengkap dan beragam | Jumlah SDM yang kurang memadai | Kebutuhan berpenampilan menarik makin tinggi | Banyaknya jasa yang serupa dengan usaha salon kecantikan |
| Harga terjangkau                          | Lokasi yang kurang strategis   | Kebutuhan akan mengikuti tren                | Usaha yang serupa menawarkan jasa di rumah-              |

---

|                   |                   |                |
|-------------------|-------------------|----------------|
| SDM yang terampil | fashion meningkat | rumah konsumen |
|-------------------|-------------------|----------------|

---

## 5. Hasil Implementasi berdasarkan analisis SWOT

Program-program telah dilakukan dalam jangka waktu 6 bulan dalam pengembangan usaha salon kecantikan. Pengembangan usaha tersebut berupa penambahan jumlah SDM, perlengkapan salon, pemutakhiran manajemen keuangan, serta penambahan item jasa, seperti spa dan reflexologi.

### 1. Strategi pemasaran

Promosi yang dilakukan membuat brosur dan flyer yang telah dibagikan kepada mahasiswa dan ibu-ibu dalam perumahan. Selain itu, Promosi dilakukan dengan memasang iklan pada instagram ads dan facebook page. Hasil yang diperoleh adalah bertambahnya pengunjung yang datang 50%-100% yaitu dari 5-10 pengunjung per hari menjadi 10-20 orang per hari.

#### a. *Mengupgrade* produk-produk kecantikan

Menambahkan Produk-produk perawatan kecantikan seperti masker wajah, masker rambut, cat rambut, *essentials oil*. Hasilnya produk-produk dalam usaha lebih bervariasi dan tidak monoton.

#### b. Penyaluran produk-produk perawatan

Penyaluran produk-produk kecantikan dalam toko-toko kosmetik. Hasilnya produk-produk kecantikan usaha akan lebih dikenal khalayak dan orang-orang pun berbondong-bondong datang ke salon.

### 2. Peningkatan jumlah SDM

Meningkatkan jumlah SDM dengan membuat iklan lowongan pekerjaan dengan persyaratan minimal lulusan SMA sederajat dan diberi pelatihan kursus kecantikan selama 3 bulan. Hasilnya konsumen akan mendapatkan pelayanan yang lebih cepat namun tetap berkualitas.

### 3. Pemutakhiran Manajemen Keuangan

Rincian keuangan akan dihitung tiap bulannya , yaitu dengan menghitung segala pengeluaran, pemasukan, kas masuk dan kas keluar secara digital karena akan mempermudah proses perhitungan dana. Hasil yang diperoleh adalah pemasukan dan pendapatan usaha akan diketahui selain itu usaha juga mengetahui harta yang dimiliki oleh usaha tersebut.

## Analisis Pengembangan Usaha Jasa Salon Kecantikan Di Kota Makassar

Tujuan literature review adalah untuk mendeskripsikan usaha jasa dibidang kecantikan. Metode yang digunakan adalah Metode penelitian deskriptif kualitatif teknik observasi dan wawancara kepada para pengembang usaha jasa dibidang kecantikan. Hasil dan pembahasan menggunakan analisis swot yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan serta peluang yang ada pada usaha jasa kecantikan.

## SIMPULAN

Usaha salon masih memiliki prospek usaha yang bagus untuk masa yang akan datang. Usaha ini masih dibutuhkan oleh semua orang yang akan membuat mereka semakin tampil lebih percaya diri dengan berpenampilan menarik, cantik, rapi serta mengikuti tren kecantikan masa kini. Dengan laba bersih yang diterima, usaha salon kecantikan dapat lebih ditingkatkan lagi agar berkembang menjadi usaha yang lebih besar daripada sebelumnya.

## Referensi :

- Anastasia, Henny. 2009. *Cantik, Sehat dan Sukses Berbisnis Spa*. Yogyakarta: Kanisius
- Brigham. W, Thomas & Scarborough M.Norman (2005). *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil* edisi 4. Jakarta: PT Indeks
- DiahPuspitasari. 2013. *Peluang Bisnis Rias Pengantin Jawa Modern Secara Online*. Seminar Nasional Jurusan PTBB FT UNY, 407 - 417.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif; Teori Dan Aplikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Kuratko & Hoodgets. 2007. Dalam Heru Kristato. 2009. *Kewirausahaan ( entrepreneurship) Pendekatan manajemen dan praktik*. Yogyakarta : Graha ilmu.
- Sudrajat, Akhmad. 2011. *Konsep Kewirausahaan dan Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah*. Diakses tanggal 5 Juli 2022 dari <http://akhmadsudrajat.wordpress.com/2022/07/5/konsep-kewirausahaan-dan-pendidikan-kewirausahaan/>.
- Sapotro, Edy Purwo., Achmad, Nurdan Handayani, 2016. *Inditifikasi Faktor yang mempengaruhi Sukses Wirausaha*. Benefit, Jurnal Manajemen dan Bisnis. Volumen 1, Nomor 1.
- Suryana, 2006. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Edisi Ketiga, Penerbit Salemba, Jakarta
- Yuyun Wirasmita. 2003. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.