

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi sekarang ini ditandai dengan revolusi teknologi komunikasi dan informasi yang mengakibatkan terjadinya perubahan yang sangat luar biasa. Dengan adanya kemudahan yang diperoleh dari kecanggihan teknologi komunikasi dan informasi mendorong munculnya kompetisi yang sangat ketat yang menyebabkan konsumen semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan untuk memenuhi kepuasannya.

Indonesia merupakan negara yang sedang membangun perekonomian negara sehingga pemerintah memandang penting peningkatan pengembangan kewiraswastaan untuk memperkokoh ekonomi sekaligus menyerap tenaga kerja dan mengurangi lonjakan pengangguran. Dilihat dari pertumbuhan Ekonomi Indonesia triwulan IV-2021 terhadap triwulan IV-2020 tumbuh sebesar 5,02 persen (y-on-y). Pertumbuhan tertinggi terjadi pada Komponen Ekspor Barang dan Jasa sebesar 29,83 persen; diikuti Komponen PK-P sebesar 5,25 persen; Komponen Pembentukan Modal Tetap Bruto (PMTB) sebesar 4,49 persen; Komponen Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga (PK-RT) sebesar 3,55 persen; dan Komponen Pengeluaran Konsumsi Lembaga Nonprofit yang Melayani Rumah Tangga (PK-LNPRT) sebesar 3,29 persen. Sementara itu, Komponen Impor Barang dan Jasa tumbuh sebesar 29,60 persen. Untuk lapangan usaha dibidang jasa pada triwulan IV-2021 terhadap triwulan IV-2020 tumbuh sebesar 3,35 persen (y-on-y).

Bisnis salon kecantikan kini mulai didominasi pasar milenial, tumbuhnya kesadaran soal penampilan dan kemunculan media sosial turut membantu salon kecantikan tetap diminati kalangan muda. sejak 2000-an telah masuk berbagai jaringan salon internasional ke Indonesia, yang turut membawa nilai-nilai baru maupun standar tersendiri. Sebut saja jaringan Toni & Guy dari Inggris, One Piece Hair Studio yang

digawangi hairstylist dari Jepang, hingga salon-salon Korea dan Singapura. Penata rambut profesional Rudy Hadisuwarno membenarkan bahwa pangsa pangsa pasar milenial sangat potensial, bahkan bisa mencapai 50%. Kelompok usia ini selalu update dengan berbagai macam gaya, baik dari model rambut ataupun warna rambut. Mereka juga memiliki banyak permintaan. Menurut Rudy, jika dibandingkan dengan era sebelumnya, saat ini kompetisi bisnis salon saat lebih ketat. Selain merek local salon dengan jaringan global juga telah mengisi ceruk pasar salon Tanah Air.

Berdasarkan data 12 bulan terakhir pada google trends pencarian salon di daerah Bogor dan sekitarnya menunjukkan nilai popularitas yang cukup tinggi yaitu 81 dalam skala 0-100.

Dengan keadaan persaingan yang begitu ketat, maka usaha-usaha jasa yang bergerak pada bidang perawatan kecantikan, harus bisa berinovasi dalam berbagai hal untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang setiap harinya selalu beragam dan selalu berubah, baik dalam kelengkapan fasilitas, penetapan tarif, pelayanan, kelengkapan produk dan lain-lain.

Kelayakan suatu bisnis dapat tergambarkan dengan penelitian yang dilakukan secara mendalam dari data dan informasi yang diperoleh. Data dan informasi tersebut akan diteliti kemudian dianalisis hasilnya dengan menggunakan metode-metode tertentu. Dengan maksud memberikan informasi apakah bisnis tersebut layak untuk dijalankan dan dapat memberikan keuntungan sesuai dengan tujuan yang diinginkan atau sebaliknya tidak layak untuk dioperasikan dengan alasan tertentu. Melihat masalah yang ada di atas maka saya sebagai penulis mengambil judul **“Analisis Kelayakan Bisnis Jasa Kecantikan Salon Di Bogor”**.

1.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka pembatasan masalah dalam penelitian itu adalah sebagai berikut:

1. Aspek Pemasaran

- a. Kecenderungan Permintaan
 - b. Peluang Pasar
 - c. Daya Saing Produk (Keunggulan)
 - d. *Marketing Mix 4P (Product, Price, Place, Promotion)*
2. Aspek Finansial
- a. Kebutuhan Modal Investasi dan Modal Kerja
 - b. Analisis Rasio
 - c. Analisis Investasi
3. Aspek Hukum
- a. Analisis Legalitas Usaha
 - b. Analisis Perijinan Usaha
4. Aspek Teknis
- a. Seleksi Jasa
 - b. Pemilihan Lokasi
 - c. Tata letak lokasi
 - d. Kapasitas pengunjung
 - e. Pemilihan teknologi
5. Aspek Sumber Daya Manusia
- a. Kualifikasi
 - b. *Recruitment*
 - c. Struktur Organisasi

d. Pengembangan SDM

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka peneliti mengidentifikasi beberapa masalah, yaitu:

1. Apakah jasa yang ditawarkan *Marketable*?
2. Apakah *treatment* yang dilakukan sudah sesuai?
3. Apakah sumber daya manusia yang tersedia *Qualified*?
4. Badan hukum apa yang paling sesuai?
5. Apakah usaha ini *Profitable*?

1.4 Tujuan penelitian

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk memberikan gambaran serta analisis terkait kelayakan realisasi usaha dengan detail seperti *point* berikut:

1. Untuk mengetahui apakah jasa yang ditawarkan *Marketable*.
2. Untuk mengetahui apakah *treatment* yang dilakukan sudah sesuai.
3. Untuk mengetahui apakah sumber daya manusia yang ada *Qualified*.
4. Untuk mengetahui badan hukum apa yang paling sesuai.
5. Untuk mengetahui apakah usaha yang dijalankan *Profitable*.

1.5 Manfaat Penelitian

Secara teoritis & praktis penelitian ini dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Menambah wawasan dan kemampuan berfikir tentang studi kelayakan bisnis.
2. Studi Kelayakan Bisnis ini dapat membantu para pengusaha dalam mendirikan new business, pengembangan bisnis, dan dapat menganalisa sebuah perusahaan yang ingin melakukan join operasional.
3. Untuk mengamalkan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan oleh peneliti serta diaplikasikan pada kondisi sebenarnya dilapangan.
4. Sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan dalam perencanaan dan pengembangan usaha di masa depan yang tidak menentu.

1.6. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang penelitian dan alasan pemilihan judul, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian, serta sistematika skripsi.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan tentang teori-teori yang mendukung penyusunan penelitian ini, antara lain pengertian dari studi kelayakan bisnis serta aspek-aspeknya.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian ini adalah dengan studi pustaka dan studi lapangan.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat tentang hasil dari penelitian yang berisi gambaran umum objek penelitian, penyajian data, dan pembahasan masalah.

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi kesimpulan dengan keseluruhan pembahasan dan saran-saran yang dapat diberikan untuk masalah yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai referensi buku, jurnal dan rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.