

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini bisnis kecantikan salon & spa mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Dapat dilihat dari semakin banyaknya usaha salon dan spa yang buka, baik salon rumahan maupun profesional. Perkembangan bisnis salon dan spa ini didorong karena meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya perawatan diri dan penampilan. Dengan berkembangnya media sosial yang mengangkat banyak tren kecantikan telah mendorong masyarakat akan pentingnya perawatan diri dan penampilan, dan salon kecantikan dan spa ini adalah pilihan yang menjadi tempat populer bagi individu untuk merawat tubuh sekaligus menikmati momen relaksasi (Kurikulum et al., 2023). Kemajuan pesat dalam dunia bisnis, telah mengakibatkan persaingan sengit dengan banyaknya perusahaan yang menjalankan bisnis dengan produk yang serupa. Oleh karena itu, diperlukan taktik atau strategi dalam memenangkan persaingan usaha.

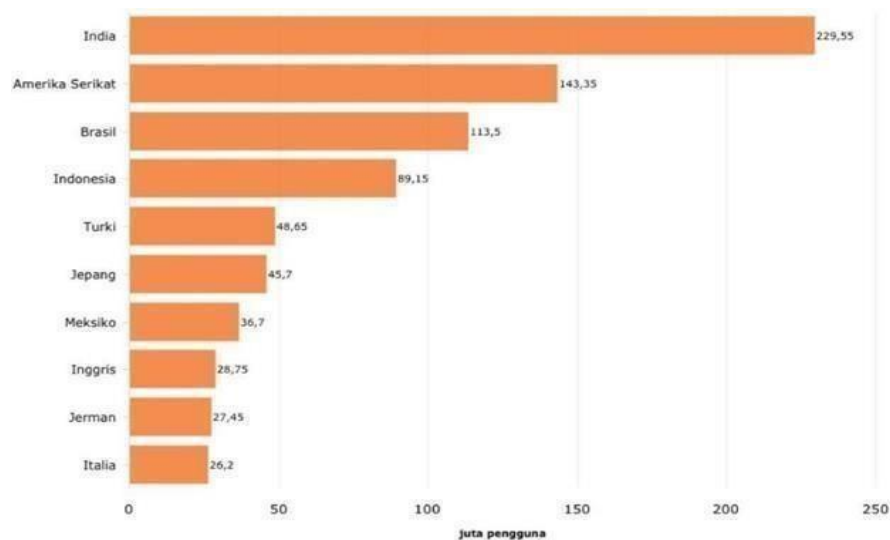
Di era globalisasi seperti sekarang, masyarakat memiliki akses yang cepat dan luas ke berbagai kemudahan, terutama berkat perkembangan teknologi telah menghubungkan dunia secara lebih erat, memungkinkan akses cepat ke informasi, komunikasi global, perdagangan elektronik, dan banyak aspek kehidupan lainnya. Perkembangan terus menerus dalam teknologi memberikan peluang bagi para pengusaha untuk mengintegrasikan teknologi tersebut dalam aktivitas pemasaran dan komunikasi. Dengan demikian, mereka dapat lebih efektif menarik perhatian dan minat konsumen terhadap produk atau layanan yang mereka tawarkan. Dalam

konteks bisnis salon dan spa yang ingin tetap bersaing dan menarik pelanggan, pemahaman yang baik tentang konsep promosi dan kemampuan untuk mengadaptasi strategi promosi ke lingkungan digital saat ini akan menjadi salah satu cara promosi terbaru.

Kota di Indonesia yang memiliki jumlah usaha kecantikan salon dan spa terbanyak adalah Surabaya. Tingginya jumlah pengusaha salon di Surabaya ini mencerminkan persaingan yang sangat ketat dalam industri kecantikan, khususnya dalam bisnis salon dan spa di kota tersebut. Ketatnya persaingan bisnis ini mengharuskan setiap pengusaha salon dan kecantikan untuk menjaga daya saing kompetitif salon kecantikan, diperlukan strategi promosi yang efektif yaitu dengan melakukan strategi pemasaran jasa dengan baik (Sudarti & Hidayah, 2022).

Pada saat ini, strategi promosi yang paling efektif bagi para pengusaha di industri kecantikan salon dan spa adalah melalui media sosial, terutama Instagram. Dalam penjelasan ini merujuk pada pendapat atau argumen yang disampaikan oleh Napoleon Cat, yang mencatat adanya 109,33 juta akun Instagram di Indonesia yang tercatat hingga bulan April tahun 2023. Dan masih berdasarkan data Napoleon Cat pengguna Instagram terdiri dari 38% pengguna berada di kelompok umur 18-24 tahun, 30,1% berasal dari kelompok usia 25-34 tahun, 12,7% berasal dari kelompok usia berusia 35-44 tahun, 11,3% berasal dari kelompok umur 13-17 tahun, 5% berasal dari kelompok 45-54 tahun, dan sisanya berada di kelompok umur 55 tahun ke atas. Sehingga dari data ini dapat disimpulkan bahwa pengguna Instagram adalah orang-orang muda yang memang masih memiliki kecenderungan lebih untuk melakukan perawatan (Rudy Hadisuwarno, 2019).

Menggunakan strategi promosi melalui media sosial seperti Instagram memiliki keuntungan besar karena dapat menghemat waktu dan biaya. Instagram merupakan media promosi yang cukup populer karena pertumbuhannya sangat pesat dan mudah digunakan oleh berbagai kalangan. Menurut data survei dari Databoks pada awal tahun 2023, Indonesia menempati peringkat keempat di dunia dalam hal jumlah pengguna Instagram, dengan total 89,15 juta pengguna. Posisi teratas dipegang oleh India dengan 229,55 juta pengguna Instagram, diikuti oleh Amerika Serikat dengan 143,35 juta pengguna, dan Brasil dengan 113,5 juta pengguna per bulan September 2023. Data ini menunjukkan seberapa signifikan peran Instagram sebagai platform yang dapat dimanfaatkan oleh bisnis dalam mempromosikan produk dan layanan mereka kepada audiens yang besar di Indonesia.



Gambar 1. 10 Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak Hingga September 2023 dalam satuan juta

Sumber : (databoks.katadata.co.id, 2023)

Salon dan Spa adalah sebuah tempat yang digunakan oleh seseorang yang ahli dalam bidang kecantikan khususnya kecantikan rambut dan perawatan wajah untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilannya yang sudah diraih dan didapatkan sewaktu menuntut ilmu khusus dibidang tersebut. Pada umumnya, seseorang yang memiliki keahlian tersebut sering mendirikan usaha salon & spa secara mandiri yang biasanya disebut dengan sebutan owner akan merekrut beberapa orang yang memiliki keahlian dibidang yang sama lalu dipekerjakan sebagai karyawan salon & spa tersebut. Dalam hal ini owner maupun para pegawai membutuhkan keterampilan yang tinggi untuk dapat menciptakan looks yang indah pada rambut klien berkat pengetahuan dan keterampilan dalam mengubah dan menata rambut klien tersebut.

D'Livia Salon & Spa adalah salah satu usaha kecantikan yang ada di Surabaya, tepatnya di Jl. Medokan Asri Timur. IX No.26, Kali Rungkut, Kec.Rungkut D'Livia Salon & Spa merupakan jasa kecantikan dengan meliputi kegiatan perawatan rambut dengan disertai pelayanan facial untuk wajah. Dalam upaya mempromosikan usaha mereka melalui media sosial seperti Instagram, banyak salon dan spa berusaha untuk memperoleh sebanyak mungkin pengikut (followers) agar konten mereka dapat dilihat oleh calon konsumen.

Dengan cara ini, mereka berharap dapat membangkitkan minat konsumen untuk menggunakan layanan mereka. Sebagai contoh, akun Instagram @Dliviason di wilayah Surabaya juga mengikuti strategi ini. Dengan memanfaatkan media sosial, mereka akan lebih mudah mendapatkan audiens yang lebih banyak dan luas, memperkenalkan jasa layanan mereka dalam bidang salon

dan spa serta membangun hubungan dengan pelanggan potensial. Dengan persaingan yang sangat ketat dalam usaha ini, pihak owner bisa melakukan pemasaran melalui platform seperti Instagram yang dapat menjadi sebuah media yang efektif untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis salon dan spa.

Tabel 1. 1 Data Jumlah Followers Akun Instagram @Dlivasalon

BULAN	JUMLAH <i>FOLLOWERS</i>
Mei 2023	2.045
Juni 2023	2.120
Juli 2023	2.198
Agustus 2023	2.295
September 2023	2.356

Sumber : (Data Primer D'Livia Salon & Spa, 2024)

Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan di atas, didapatkan informasi bahwa mulai bulan Mei – September 2023 jumlah pengikut pada akun instagram @Dlivasalon cenderung mengalami peningkatan pesat setiap bulannya. Peneliti merasa tertarik dengan peningkatan tersebut sehingga memutuskan untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram (Studi Pada Akun Instagram @Dlivasalon) Dalam Upaya Meningkatkan Volume Pengunjung D'Livia Salon and Spa”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, rumusan permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial Instagram dapat meningkatkan volume pengunjung D Livia Salon and Spa?

2. Apa saja kendala yang dihadapi D Livia Salon and Spa dalam menjalankan strategi promosi melalui media sosial Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan penelitian ini, adapun yang menjaditujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial Instagram dalam upaya meningkatkan volume pengunjung D'Livia Salon and Spa.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi D'Livia Salon and Spa dalam menjalankan strategi promosi tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan dalam literatur dan referensi yang berkontribusi pada pemikiran di bidang keilmuan tertentu. Khususnya, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang strategi promosi melalui media sosial Instagram dalam upaya meningkatkan volume pengunjung. Ini akan membantu dalam mengembangkan teori dan pemahaman yang lebih dalam dalam bidang ini.

b. Secara Praktis

1.) Bagi Penulis

Penelitian ini akan memberikan penulis tambahan wawasan dan pemahaman dalam hal strategi promosi melalui media sosial Instagram, yang dapat berguna

dalam pengembangan karir akademis dan profesional mereka.

2.) Bagi Owner D'Livia Salon and Spa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan masukan berharga kepada pemilik D'Livia Salon and Spa. Mereka dapat mempertimbangkan strategi promosi melalui Instagram sebagai alat untuk meningkatkan volume pengunjung bisnis mereka. Informasi dari penelitian ini dapat membantu mereka membuat keputusan yang lebih terinformasi dalam mengelola usaha mereka. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memiliki dampak positif baik dalam aspek teoritis maupun praktis dalam konteks strategi promosi melalui media sosial Instagram untuk D'Livia Salon and Spa.