

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### I. Kesimpulan

Bisnis salon di Indonesia mempunyai persaingan pasar yang cukup pesat, dapat ditunjukkan dengan tersebarnya tempat- tempat perawatan kecantikan rambut dan badan dengan berbagai perbedaan merek, kualitas, maupun harganya. Bisnis kecantikan dan rambut yang sering disebut Salon, mempunyai pangsa pasar yang cukup luas, serta dapat ditujukan kepada siapa saja, dari kanak- kanak sampai orang tua. Bisnis salon, yang dilihat dari kualitas jasa dan produk/ hasilnya, mempunyai pangsa pasar dan segmen pasar yang konsumennya dapat berasal dari semua kalangan, yang disebabkan adanya kebutuhan ataupun hanya keinginan untuk merawat ataupun merubah penampilannya.

Dalam studi kasus kepemilikan Tom Salon yang tersebar di Yogyakarta ini, setiap pemilik bisnis Tom Salon, dapat memiliki lebih dari 2 gerai bisnis salon, tetapi ada juga yang hanya memiliki satu gerai saja. Dalam kepemilikan yang berbeda dengan satu merek yang sama, dengan positioning yang sudah banyak diketahui dan dikenal oleh masyarakat, membuat Tom Salon ini mempunyai kemampuan untuk menjaga loyalitas pelanggannya dan memberikan *service* sesuai dengan citra standar dan kualitas merek Tom Salon yang ada di seluruh Yogyakarta. Tetapi dengan kepemilikan bisnis/ *owner* dari Tom Salon berbeda- beda, sehingga membuat Tom

Salon yang tersebar di Yogyakarta ini lepas dari standarisasi yang seharusnya dapat meningkatkan citra merek untuk memberikan kepuasan layanan yang terbaik untuk konsumennya.

Tom Salon didirikan dengan banyak alasan dan pertimbangan diantaranya, pemilik menyukai perawatan diri dan kecantikan, serta bisnis usaha salon yang dulu belum sebanyak sekarang, banyak orang butuh jasa untuk potong rambut. Jika dikaitkan dengan keadaan sekarang, perawatan diri dan tubuh banyak diminati oleh masyarakat, terutama para wanita, dari anak-anak sampai orang tua, dan terkadang para pria juga sering menjaga penampilannya dengan pergi ke salon. Tom Salon berkembang sangat baik dalam pasarnya di Yogyakarta, sehingga sampai sekarang Tom Salon sudah memiliki banyak cabang, yang keseluruhan pemiliknya adalah pemilikan antar keluarga.

Bisnis keluarga Tom Salon ini merupakan bisnis salon dengan nama merek yang sama tetapi kepemilikannya yang berbeda. Tom Salon banyak tersebar di Yogyakarta, gerai Tom Salon yang tersebar diantaranya :

1. Tom Salon Jl. P. Mangkubumi 59
2. Tom Salon Jl. Selokan Mataram Yogyakarta
3. Tom Salon Jl. Taman Siswa 111
4. Tom Salon Jl. Pembela Tanah Air 9
5. Tom Salon Jl. Seturan 58A
6. Tom Salon Jl. Wonosari 8

7. Tom Salon Jl. Prof. Dr. Yohannes (Sagan)
8. Tom Salon Jl. Kaliurang km.10
9. Tom Salon Jl. Gejayan 5
10. Tom Salon Jl. Adisucipto
11. Tom Salon Jl. Langensari (Pengok)
12. Tom Salon Jl. Kusumanegara 121
13. Tom Salon Jl. Ibu Ruswo (Alun - alun)

Tom salon adalah salon yang mempunyai standar harga yang terjangkau, jadi tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah. Dengan kualitas yang tidak kalah oleh salon - salon mahal di Yogyakarta ini. Sehingga banyak orang yang berkunjung ke Tom Salon tidak perlu khawatir akan harga yang akan dibayarkan.

Juga jenis - jenis merek produk yang digunakan untuk perawatan rambut juga sangat berkualitas. Contohnya loreal, makarizo, concept, dan lain- lain. Slogan Tom Salon adalah Tarif Pelajar. Sehingga tiap orang yang melihat, dapat menarik kesimpulan yang sudah dapat ditebak, yaitu harga yang relatif terjangkau.

Tom salon di yogyakarta memiliki lebih dari 5 cabang, yang kepemilikannya merupakan sebuah keluarga besar yang dikelola oleh masing - masing pihak. Contohnya Tom Salon Jl. Pembela tanah air ini mempunyai 3 cabang lainnya yaitu Tom Salon Seturan, Tom Salon Taman Siswa, dan Tom Salon Wonosari. Kepemilikan Tom salon di Yogyakarta yang cukup luas memberikan citra tersendiri untuk masyarakat bahwa Tom Salon juga sudah banyak diketahui dan dikenal banyak

orang di Yogyakarta. Tom Salon yang memiliki banyak gerai juga mempunyai citra atau kesan tersendiri pada masyarakat luas, khususnya masyarakat Yogyakarta.

Dari hasil wawancara dengan pertanyaan yang ditujukan kepada para Manajer Tom Salon yang berlokasi di Taman Siswa, Seturan, Pembela Tanah Air, dan Wonosari, dapat disimpulkan hasil wawancara yang didapat adalah setiap lokasi Tom Salon mempunyai target pasar maupun konsumen yang berbeda, yaitu Tom Salon dengan lokasi di Jl. Wonosari kebanyakan para konsumennya adalah ibu-ibu dan pegawai-pegawai kantor, maupun para penduduk yang bermukim di wilayah tersebut. Sedangkan Tom Salon yang berlokasi di Seturan mempunyai konsumen yaitu kebanyakan anak muda dan remaja, para pelajar dan mahasiswa yang bermukim dan berlokasi di sekitar wilayah Seturan, babarsari dan ringroad.

Dari hasil analisis *Market Expansion Grid* dapat diputuskan bahwa Tom Salon memiliki Peluang Ekspansi Bisnis dengan adanya penetrasi pasar serta perkembangan pasar sasaran yang baru, untuk menambah target konsumen yang baru. Dengan adanya perkembangan pasar yang baru serta banyaknya gerai Tom Salon yang ada, Penetrasi Pasar dapat dengan sendirinya terjadi dikarenakan perkembangan pasar dengan menambah gerai Tom Salon dapat meningkatkan penjualan produk dan jasa dengan bauran pemasaran yang lebih agresif, dengan adanya ekspansi bisnis ke pasar baru.

Dari data analisis dan indentifikasi yang telah dilakukan oleh penulis dapat diambil keputusan bahwa lokasi peluang ekspansi untuk bisnis Tom Salon yang

paling menguntungkan adalah berada pada Lokasi Jl. Kaliurang km 13 – 14 yang mempunyai target konsumen mahasiswa dan pelajar sesuai dengan harga dan citra dari Tom Salon.

## **II. Saran**

Saran yang dapat diberikan kepada konsumen masyarakat, dan pemilik Tom Salon, yang berkaitan dengan studi kasus ekspansi bisnis Tom Salon adalah :

### **2.1 Saran Untuk Pemilik Tom Salon :**

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan pemilik Tom Salon dapat meninjau lokasi yang baru.
2. Pemilik bisnis Tom Salon dapat mempersiapkan para karyawan atau Sumber Daya Manusianya yang akan mengelola dan meng-*handle* gerai bisnis Salon yang baru. Dapat dari karyawan lama yang sudah ada atau orang baru yang dapat dilihat kemampuannya.
3. Pemilik dapat mempersiapkan modal investasi dan menghitung estimasi biaya yang akan dikeluarkan.
4. Pemilik Tom Salon yang telah memiliki banyak gerai dapat lebih menstandarisasi sistem dan para karyawannya, dengan adanya gerai yang baru.
5. Dapat lebih untuk bertransformasi dalam produk dan jasanya seiring dengan perkembangan bisnisnya dan perkembangan jaman.

6. Dengan ini diharapkan para karyawan untuk lebih bersosialisasi dan berlatih untuk lebih mengembangkan *skill*-nya dalam melakukan pekerjaannya di gerai Tom Salon yang akan direalisasikan.
7. Pemilik dapat mendapatkan lokasi yang tepat dan sesuai dengan citra dan ciri khas dari Tom Salon di daerah Yogyakarta

Dengan saran- saran tersebut diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan bisnis Tom Salon di kawasan lokasi Yogyakarta, dan dapat lebih untuk di kenal oleh masyarakat Yogyakarta maupun dari wilayah luar daerah Yogyakarta. Penelitian dan wawancara maupun observasi yang dilakukan dapat berguna bagi seluruh pihak yang bersangkutan, baik dari pemilik bisnis Tom Salon, para konsumen, masyarakat serta untuk penulis sendiri yang sangat diharapkan dapat lebih mengerti tentang ekspansi perkembangan bisnis Tom Salon.

## DAFTAR PUSTAKA

[http://tutor2u.net/business/strategy/ansoff\\_matrix.htm](http://tutor2u.net/business/strategy/ansoff_matrix.htm) diakses pada tanggal 3 Maret 2010.

[http://www.mindtools.com/pages/article/newTMC\\_90.htm](http://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_90.htm) diakses pada tanggal 3 Maret 2010.

[http://economics.about.com/cs/studentresources/f/business\\_cycle.htm](http://economics.about.com/cs/studentresources/f/business_cycle.htm) diakses pada tanggal 10 Maret 2010.

<http://www.answers.com/topic/business-expansion> diakses pada tanggal 10 Maret 2010.

<http://bisnisukm.com/peluang-bisnis-salon-khusus-wanita.html> diakses pada tanggal 13 Juli 2010.

<http://www.bundainbiz.com/2005/09/tips-sukses-bisnis-salon.html> diakses pada tanggal 18 Juli 2010.

Kotler Philip.2001.Prinsip-prinsip Pemasaran jilid I edisi 8.Erlangga : Jakarta.

Kotler Philip.2001.Prinsip-prinsip Pemasaran jilid I edisi 2.Intermedia : Jakarta.

Nangoy Shirley.2005.*Sebuah Transformasi Inovatif Bagi Bisnis Salon*



## TOM SALON

JL. TAMAN SISWA 111 YOGYAKARTA



A yellow sign for TOM Salon with a red arrow pointing right. The sign lists various services and their prices in Indonesian Rupiah (Rp.).

Service	Price (Rp.)
POTONG	7.500
KRITING	25.000
SPA / C. BATH	20.000
REBOUNDING	75.000
CAT / TONING	25.000
LULUR	25.000
MASSAGE	25.000
CUCI MUKA	12.000
REFLEKSI	15.000
MAKE UP / SANGGUL	50.000





# TOM SALON

JL. SETURAN 58A YOGYAKARTA



# TOM SALON

JL. PEMBELA TANAH AIR 9 YOGYAKARTA





# TOM SALON

JL. WONOSARI YOGYAKARTA



## LOKASI EKSPANSI BISNIS

JL. KALIURANG KM 13 – 14 YOGYAKARTA



Kondisi lokasi jalan raya



Kondisi ruang usaha yang disewakan

**LOKASI EKSPANSI BISNIS**  
**JL. GODEAN YOGYAKARTA**



Kondisi lokasi jalan raya



Kondisi ruang usaha yang disewakan

## DAFTAR PERTANYAAN

### I. Sejarah Perkembangan Usaha

1. Kapan usaha ini dimulai?
2. Siapa yang mendirikan?
3. Dimana didirikan pertama kali?
4. Alasan membuka usaha ini?
5. Bagaimana perkembangan usaha ini?
6. Berapa gerai yang tersebar di Yogyakarta?
7. Bagaimana mengelola usaha ini beserta cabang- cabangnya?

### II. Struktur Organisasi

1. Bagaimana susunan organisasi yang ada?
2. Siapa pemilik setian cabang dan berapa lokai cabang yg dimiliki?

### III. Situasi Pasar, Lokasi, Kondisi Usaha dan Konsumen

1. Bagaimana kondisi lingkungan usaha?
2. Bagaimana kondisi standarisasi setian cabang?
3. Bagaimana kondisi pesaing usaha?
4. Bagaimana promosi yang dilakukan?
5. Bagaimana kondisi salon sekarang?
6. Produk dan jasa apa saja yang di tawarkan?
7. Kebanyakan konsumen yang datang siapa saja?
8. Bagaimana respon konsumen terhadap usaha ini?
9. Bagaimana respon karyawan terhadap usaha ini?
10. Apa saja kendala dan penghambat?
11. Bagaiman cara menarik konsumen untuk dating ke tempat ini?
12. Bagaiman respon dan tanggapan karyawan mengenai rencana ke depan?

## OBSERVASI

1. Lokasi tempat usaha
2. Tom Salon Jl. Seturan
3. Tom Salon Jl. Wonosari
4. Tom Salon Jl. Taman Siswa
5. Tom Salon Jl. Pembela Tanah Air
6. Lingkungan usaha
7. Produk dan jasa yang dilakukan
8. Cara kerja Salon
9. Jumlah karyawan
10. Pengelolaan tiap cabang
11. Banyaknya konsumen yang datang
12. Lokasi baru Jl. Kaliurang
13. Lokasi lingkungan baru
14. Lokasi Jl. Godean
15. Lokasi dan kondisi lingkungan baru
16. Tempat dan harga kontrakan rumah



# PETA TOM SALON

