



Implementasi Mata Kuliah Manajemen Pemasaran Untuk Peningkatan Pendapatan Usaha Rias Salon

***Ponco Nofian Mustoro**

Akademi Kesejahteraan Sosial Ibu Kartini Semarang

Korespondensi penulis: ponconovianmustoroPONCO@gmail.com

Abstract. Marketing a product at first glance is easy, but it needs the right method of what marketing means that is right on target so that it can be in accordance with the expected goals and get profits or profits as expected, through techniques of fsn the right theories in managing business ventures, especially in marketing management so that in buying and selling goods or services offered by business actors the best ones are actually chosen.

The aim of this research is to find out and explain the implementation of the Marketing Management course to increase the income of a Beauty Salon Make-up Business and the factors that can increase the income of a Beauty Salon Make-up business. The research method was carried out through a sociological juridical approach because to find out how far the Implementation of Marketing Management Courses for Increasing Revenue for Make Up Salon Businesses (Case Study of Alumni of the Cosmetology Study Program Alumni of the Social Welfare Academy of Mrs. Kartini Semarang.

The increase in the salon make-up business is growing because of the progress of the cosmetic business that is circulating in the market. This is supported by the fact that many women want to look prettier and more attractive, so they go to salons to beautify their facial makeup. Salon make-up business owners to be smarter in managing their business, both the skills of the makeup artist who always keeps abreast of the latest makeup models and modern and adequate make-up equipment according to current developments.

Keywords: Marketing Management, Business Revenue

Abstrak. Memasarkan produk sekilas mudah, tetapi perlu cara yang tepat tentang apa itu arti pemasaran yang tepat pada sasaran sehingga bias sesuai dengan tujuan yang diharapkan serta mendapat keuntungan ataupun laba sesuai dengan harapan, melalui teknik-teknik fsn teori-teori yang tepat dalam mengelola usaha bisnis, khususnya dalam manajemen pemasaran sehingga dalam jual beli barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha benar-benar dipilih yang terbaik yang dibeli.

Tujuan penelitian untuk mengetahui dan menjelaskan implementasi mata kuliah Manajemen Pemasaran untuk peningkatan pendapatan Usaha Rias Salon Kecantikan serta faktor-faktor yang bias meningkatkan pendapatan usaha rias salon kecantikan. Metode Penelitian dilakukan melalui pendekatan yuridis sosiologi karena untuk mengetahui sejauh mana Implementasi Mata Kuliah Manajemen Pemasaran Untuk Peningkatan Pendapatan Usaha Rias Salon (Studi Kasus Alumni Program Studi Tata Rias Akademi Kesejahteraan Sosial Ibu Kartini Semarang. Peningkatan usaha rias salon semakin berkembang karena kemajuan bisnis kosmetik banyak beredar di pasaran. Hal ini ditunjang dengan banyaknya wanita ingin berpenampilan lebih cantik dan lebih menarik sehingga mereka pergi ke salon untuk mempercantik riasan wajah. Pemilik bisnis usaha rias salon agar lebih cerdas dalam pengelolaan usahanya baik ketrampilan dari periasnya yang selalu mengikuti perkembangan model riasan terkini serta perengkapan rias yang modern dan memadai sesuai dengan perkembangan jaman saat ini.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran, Pendapatan Usaha

PENDAHULUAN

Bidang usaha ekonomi di Indonesia semakin berkembang pesat dalam menjunjung kesejahteraan bangsa terutama untuk bidang pemasarannya. Perlu dipahami bahwa untuk suatu keberhasilan dalam usaha bisnis pada umumnya, bahwa pemasaran memegang peranan yang sangat penting untuk pencapaian tujuan yang diharapkan.

Mempelajari manajemen pemasaran ternyata sangat penting sekali dalam kehidupan berbisnis, dimana setelah kita memahami arti penting bagaimana pemasaran dapat dilakukan secara cepat dan tepat sesuai dengan sasaran yang diharapkan untuk segera mendapatkan hasil keuntungan yang maksimal. Sehubungan dengan pentingnya memahami manajemen pemasaran untuk para pengelola bisnis atau pelaku usaha, diantaranya disini adalah pelaku usaha rias salon. Manajemen memang perlu kita pelajari agar kita sebagai pelaku usaha dapat merebut laba atau keuntungan dalam persaingan memasarkan produksi yang kita jual pada pelanggan, banyak saat ini konsumen atau pembeli yang cerdas dalam memilih produk yang akan dibeli, baik produk itu berupa barang ataupun jasa. Para pembeli saat ini sangat selektif dalam membeli barang, sehingga dalam jual beli barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha benar-benar dipilih yang terbaik yang dibeli. Memasarkan produk barang atau jasa secara sekilas mudah, akan tetapi semuanya itu perlu cara yang tepat dan disadari oleh ilmu pengetahuan yang khusus tentang apa itu arti pemasaran yang tepat pada sasaran sehingga bias sesuai dengan tujuan yang diharapkan serta mendapat keuntungan ataupun laba sesuai dengan harapan, melalui teknik-teknik dan teori-teori yang tepat dalam mengelola usaha bisnis, khususnya untuk bidang keahlian dalam manajemen pemasaran.

Pelaku usaha atau pengusaha akan sukses dalam bisnisnya, baik bisnis ditingkat rendah, menengah ataupun bisnis besar, salah satunya sukses itu diraih dari baiknya menjalankan manajemen pemasarannya yang tepat dan handal.

Peranan manajemen pemasaran yang sangat penting ini berupaya berinteraksi antara penjual dan pelanggan dalam menjual produknya, sukses seseorang dalam berjual beli itu harus memahami manajemen yang baik, manajemen yang tepat.

Seperti penulis kutip dari <https://www.sampoernauniversity.ac.id/> tentang manajemen pemasaran, bahwa manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi serta pengendalian atas program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan menjaga pertukaran. Tentunya yang menguntungkan dengan sasaran pembeli guna mencapai tujuan suatu organisasi atau sebuah perusahaan.

Membahas pentingnya manajemen pemasaran di Perguruan Tinggi Vokasi seperti di Akademi Kesejahteraan Sosial Ibu Kartini Semarang, dimana salah satunya ada mata kuliah

Manajemen Pemasaran yang diberikan pada mahasiswa sebagai bekal kelak setelah mahasiswa lulus nanti dapat mengembangkan usaha bisnisnya dengan bisnisnya dengan lebih maju dan lebih berkembang.

Penelitian ini akan membahas Implementasi Mata Kuliah Manajemen Pemasaran Untuk Peningkatan Pendapatan Usaha Rias Salon. Disini peneliti mengambil data dari Alumni Program Studi Tata Rias Periode 2018-2019 yang telah membuka usaha salon.

Mata kuliah Manajemen Pemasaran merupakan salah satu mata kuliah keahlian Program Studi Manajemen yang menekankan pada implementasi teknologi manajemen pemasaran dalam menciptakan pasar dan penguasaan pangsa pasar hasil perekonomian.

Seperti ditulisa dalam Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum, mata kuliah ini bertujuan memberikan pemahaman kepada mahasiswa untuk dapat menjelaskan konsep-konsep dan peralatan analisis dalam pengambilan keputusan di bidang manajemen pemasaran.

Manajemen merupakan suatu cara yang harus dilakukan agar organisasi tersebut dapat berjalan dengan lancar secara efektif dan efisien sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Tanpa adanya manajemen semua kegiatan dan aktifitas kerja yang terjadi didalamnya akan menjadi tidak teratur, kativitas organisasi pun menjadi tidak efekti dan tidak efisien. Akibatnya tujuan yang ingin dicapai tersebut sulit terealisasi.

Pada dasarnya semua usaha perlu suatu kemampuan usaha daam meningkatkan daya guna dan hasil guna dan hasil guna yang baik, termasuk disini adalah membahas soal pemasaran, perlu banyak hal kita perhatikan agar pemasaran bias berhasil.

Manajemen tidak bisa dipindahkan dengan pemasaran, yang membahas prinsip-prinsip pemasaran dengan macam kegiatannya. Didalam prinsip pemasaran terdapat beberapa faktor yang saling mempengaruhi satu sama lainnya pada prinsip pemasaran.

Seperti ditulis oleh <https://www.trainingpemasaransurabaya.com/>, agar memahami prinsip-prinsip pemasaran terlebih dahulu sebelum melepas produk ke pasar, antara lain yaitu :

1. Membangun brand produk terlebih dulu sebelum Anda akan menjualnya.
2. Mengenal target-target potensial terlebih dahulu.
3. Membuat jadwal untuk promosi.
4. Jangan pernah memaksakan para konsumen anda.
5. Jadilah solusi yang jelas bagi permasalahan para konsumen anda.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Menurut Wikipedia, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis Proses dan makna lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar focus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan.

Metode Penelitian Penelitian ini penulis lakukan melalui pendekatan yuridis sosiologis karena untuk mengetahui sejauh mana Implementasi Mata Kuliah Manajemen Pemasaran Untuk Peningkatan Pendapatan Usaha Rias Salon (Studi Kasus Alumni Programm Studi Tata Rias Akademi Kesejahteraan Sosisal Ibu Kartini Semarang) Spesifikasi Penelitian Penelitian ini dengan spesiikasi deskriptif analisis. Menurut Fenti Herawati, yang dimaksud dengan penelitian analisis deskriptiif merupakan suatu metode analisis static yang bertujuan untuk memberikan deskripsi atau gambaran mengenai subjek penelitian berdasarkan data variable yang diperoleh dari kelompok subjek tertentu. Analisis deskriptif dapat ditampilkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi, tabel histogram, nilai mean, nilai standar devisasi dan lain. Manfaat yang diperoleh dari penggunaan analisis deskriptif adalah mendapatkan gambaran lengkap dari data baik dalam bentuk verbal atau numerik yang berhubungan dengan data yang kita teliti.

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan deskripti analisis, karena agar dapat memecahkan persoalan yang ada di lapangan yaitu: Implementasi Mata Kuliah Manajemen Pemasaran Untuk Peningkatan Pendapatan Usaha Rias Salon.

Metode Pengumpulan Data menggunakan: Metode wawancara. Peneliti wawancara langsung dengan para Alumni Program Studi Tata Rias Akademi Kesejahteraan Sosial Ibu Kartini Semarang tahun 2018-2019. Khususnya Novita Sari, alumni tahun 2019, pemilik Salon Kecantikan “Permata Salon” di Jln. Mijen Boja. Metode Kepustakaan. Peneliti dalam mengumpulkan data melalui studi kepustakaan dengan cara penelusuran bahan buku baik cetak maupun non cetak (on line) Metode Penyajian Data disajikan dalam bentuk tulisan yang berupa uraian tentang Implementasi Mata Kuliah Manajemen Pemasaran Untuk Peningkatan Pendapatan Usaha Rias Salon, serta bahan-bahan yang mendukung tentang bisnis bidang usaha Rias Salon secara umum.

Analisis Data menggunakan Analisa Kualitatif dengan melihat temuan dilapangan (hasil wawancara langsung) dan dari studi kepustakaan dan buku-buku dan jurnal penelitian yang diolah untuk didapat kesimpulannya.

Sumber Data penelitian ini menggunakan sumber data premier yaitu dengan wawancara secara langsung dengan para Alumni Program Studi Tata Rias Akademi Kesejahteraan Sosial “Ibu Kartini” Semarang tahun 2018-2019.

Data sekunder didapat dari buku-buku cetak maupun non cetak tentang Manajemen Pemasaran serta jurnal-jurnal dan artikel yang berkaitan dengan Manajemen Pemasaran dan bisnis bidang usaha Rias Salon secara umum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Mata Kuliah Manajemen Pemasaran Untuk Peningkatan Pendapatan Usaha Rias Salon

Pengertian Mata Kuliah Manajemen Pemasaran pada dunia pendidikan di Perguruan Tinggi, baik Perguruan Tinggi itu Negeri ataupun Swasta pasti akan mengenal dengan apa yang disebut dengan mata kuliah karena mata kuliah itu sebagai salah satu dari poin utama yang ada di jenjang Perguruan Tinggi. Pengertian Mata Kuliah adalah satuan pelajaran yang diajarkan dan dipelajari oleh mahasiswa di tingkat Perguruan Tinggi yang disusun berdasarkan Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) yang dibebankan padanya, berisi materi pembelajaran, bentuk dan metoda pembelajaran, penilaian serta memiliki bobot minimal satu satuan kredit.

Sedangkan mata kuliah itu ada yang disebut mata kuliah wajib dan ada mata kuliah pilihan. Mata Kuliah itu penting diberikan kepada mahasiswa di Perguruan tinggi, karena pada mata kuliah itu mengandung unsur pengetahuan, sikap dan juga ketrampilan serta keahlian untuk dapat meraih atau mencapai tujuan yang diharapkan serta dapat menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Selain yang disebutkan diatas mata kuliah itu sendiri secara pasti mengandung unsur-unsur yang positif, untuk kemajuan bagi para mahasiswa maupun untuk lembaga pendidikan tinggi.

Kita telah memahami arti penting dari pengertian mata kuliah, sekarang kita bahas tentang apa yang dimaksud dengan mata kuliah Manajemen Pemasaran. Sebelum kita membahas secara jelas tentang apa itu mata kuliah Manajemen Pemasaran, kita bahas lebih dulu apa yang dimaksud dengan pengertian Manajemen atau Ilmu Manajemen.

Manajemen menurut Handoko (2012:8), manajemen adalah proses perencanaan pengorganisasian, pengalaman dan pengawasan usaha-usaha para anggota serta organisasi dan penggunaan sumber daya dan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Pengertian diatas bahwa manajemen mengandung arti suatu proses perencanaan, akan tetapi pada kenyataan dilapangan, manajemen juga mengandung arti pengaturan maupun

pengelolaan dalam suatu usaha ataupun kegiatan yang telah ditetapkan agar semua rencana dapat berjalan dengan tepat sasaran.

Pada bukunya Malayu S.P. Hasibuan (2019), pengertian pentingnya manajemen dan pengertian manajemen dalam definisi adalah sebagai berikut:

Drs. H. Malayu S.P. Hasibuan. Manajemen adalah ilmu seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

G.R. Terry. Manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

Harold dan Cyril O'Donnel. Manajemen adalah usaha untuk mencapai suatu tujuan tertentu melalui kegiatan orang lain dengan demikian manajer mengadakan koordinasi atas sejumlah aktivitas orang lain yang meliputi perencanaan, penempatan, pengarahan dan pengendalian.

Dari beberapa pengertian diatas tentang definisi manajemen maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut, bahwa manajemen itu adalah suatu ilmu yang sistimatis terintegrasi dengan baik dan bertanggung jawab untuk mencapai suatu tujuan yang ditetapkan. Jadi disini manajemen itu pasti memiliki tujuan yang akan dicapai.

Memahami arti manajemen, berbeda dengan pengertian atau pemahaman Manajemen Pemasaran. Dalam Manajemen Pemasaran memiliki arti yang lebih luas dan lebih menuju pada suatu tujuan untuk mencari keuntungan ataupun laba dari apa yang dipasarkan atau apa yang dijual belikan.

Pada saat ini kondisi perekonomian yang semakin maju dan semakin berat pula para pelaku ekonomi dalam menjalankan roda bisnisnya. Masyarakat di dunia bisnis juga harus memahami adanya revolusi teknologi informasi melalui jaringan internet kita bisa banyak melihat informasi-informasi yang sangat penting di dunia bisnis yang mereka berkeinginan menguasai pasar, melalui pemasaran-pemasaran produknya yang ditawarkan.

Kondisi seperti ini membuat dunia bisnis semakin kompleks, karena pada saat sudah begitu majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat. Dengan bisa kita berbisnis secara tepat akan bisa menimbulkan dan menciptakan kinerja yang menguntungkan melalui aktivitas jual beli antara pelaku usaha dan konsumen, termasuk disini yang dimaksud oleh peneliti yaitu bisnis bidang usaha salon kecantikan.

Pada prinsipnya di dunia usaha untuk mendapatkan suatu keuntungan atau laba, untuk dapat tetap jalannya usaha bisnis, tentunya salah satunya melalui pemasaran produknya, bisa berupa produk barang atau jasa. Sistem dan ataupun cara pemasaran pun harus menggunakan metode yang tepat.

Pengertian Manajemen Pemasaran kita pahami lebih dahulu arti dari pemasaran itu sendiri menurut para ahli.

1. Evan dan Berman (1997), pemasaran merupakan pengantisipasi, pengelolaan dan pemuasan permintaan melalui proses pertukaran.
2. Miller dan Layton (2000), pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga mempromosikan dan mendistribusikan produk dan jasa gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional.
3. Doyle (2000), pemasaran merupakan proses manajemen yang berupaya memaksimalkan laba (return) bagi pemegang saham, dengan jalan menjalin relasi dengan pelanggan utama (valued costumers) dan menciptakan keunggulan kompetitif.
4. Kotler (2000), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan melalui pertukaran produk dan nilai satu sama lain.
5. Meldrum (2000), pemasaran adalah proses bisnis yang berusaha menyelaraskan antara sumber daya manusia, finansial dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dalam konteks strategi kompetitif.
6. Venkates dan Venalaza (2006), pemasaran adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menstimulasipermintaan atas produk atau jasa dan memastikan bahwa produk dijual dan disampaikan pada pelanggan.

Dari beberapa definisi pemasaran tersebut diatas yang dimaksud dengan Manajemen Pemasaran adalah suatu analisis perencanaan, implementasi serta pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan menjaga pertukaran.

Pengertian Manajemen Pemasaran yang lain dikemukakan oleh Kettler dan Keller (2012), menyebutkan bahwa "*Marketing Manajement is the art and science of choosing target market and creating delivering and communicating superior costumer value*".

Menurut Sofyan Assauri (2013), manajemen pemasaran merupakan suatu kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program yang dibuat untuk

membentuk, membangun dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang.

Pada Manajemen Pemasaran, khususnya disini adalah manajemen usaha Rias Salon. Perlu diperhatikan bagaimana marketingnya untuk berkontribusi memperlancar usaha untuk meraih target pasar yang diinginkan agar banyak pelanggan datang untuk merias diri di salon.

Pada kegiatan manajemen pemasaran agar berhasil harus ada didalamnya : harus ada rencana, pengaturan tujuan dan sasaran, fungsi dan penerapan rencana, serta tindakan pemasaran yang tepat.

Peningkatan Usaha Rias Salon

Suatu usaha bisnis yang dikelola seseorang atau kelompok pastinya perlu berkembang atau perlu peningkatan. Secara umum dapat kita ketahui peningkatan adalah merupakan upaya menambah derajat, tingkat atau kualitas yang ada. Peningkatan juga menggambarkan keadaan menjadi lebih baik atau lebih maju.

Pengertian peningkatan adalah proses cara perbuatan untuk menaikkan sesuatu atau usaha kegiatan untuk memajukan sesuatu kesesuatu yang lebih baik lagi dari i pada sebelumnya.

Menurut Wikipedia, peningkatan adalah proses menggantikan produk dengan versi yang lebih baru dari produk yang sama.

Jadi disini bisa kita lihat bahwa peningkatan itu menggambarkan keadaan yang berubah menjadi lebih baik atau menjadi lebih positif. Disini peningkatan sangat erat hubungannya dengan pencapaian tujuan dalam bisnis atau usaha adalah agar laba atau keuntungan menjadi lebih banyak.

Sehubungan dengan pengertian peningkatan diatas dapat peneliti simpulkan bahwa peningkatan berarti suatu cara atau usaha kearah yang lebih baik, lebih maju dan lebih meningkat untuk tujuan yang diharapkan.

Peningkatan usaha, adalah hal yang sangat diharapkan oleh pelaku usaha, disini adalah pelaku usaha dibidang tata rias yaitu rias salon yang harus diperhatikan diantaranya pelaku usaha di bidang rias salon harus memiliki keahlian bidang tersebut baik secara teori maupun praktek.

Peningkatan usaha rias salon semakin berkembang karena kemajuan bisnis kosmetika yang banyak beredar di pasaran. Hal ini ditunjang dengan semakin banyaknya wanita ingin berpenampilan lebih cantik dan lebih menarik sehingga mereka pergi ke salon untuk mempercantik riasan wajah.

Pemilik usaha rias salon atau pelaku usaha bidang bisnis usaha rias salon agar lebih cerdas dalam pengelolaan usahanya baik ketrampilan dari periasnya yang harus selalu mengikuti perkembangan model riasan yang terkini serta perlengkapan dan peralatan rias yang modern dan memadai sesuai dengan perkembangan jaman saat ini, dengan demikian usaha rias salon akan meningkat dan laba atau keuntungan semakin besar.

Implementasi Mata Kuliah Manajemen Pemasaran Untuk Peningkatan Pendapatan Rias Salon

Implementasi definisinya adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dan seluruh rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci. Implementasi biasanya dilakukan setelah perencanaan dianggap sempurna.

Pendapat lain implementasi merupakan sebuah penerapan atau pelaksanaan suatu hal aktivitas ini memiliki tujuan tersendiri, dalam penerapannya dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa implementasi adalah penerapan suatu aktivitas untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Yang dimaksud implementasi Mata Kuliah Manajemen Pemasaran adalah menjadikan penerapan mata kuliah manajemen pemasaran pada usaha rias salon. Disini yang dimaksud adalah dengan telah mengikuti mata kuliah Manajemen Pemasaran akan menjadi lebih sempurna dalam memasarkan produk barang atau jasa yang dimiliki oleh usaha rias salon kepada pelanggan atau masyarakat luas.

Pemasaran yang tepat sasaran akan membawa bisnis usaha yang lebih maju dan lebih dikenal.

Sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan nara sumber Alumni Program Studi Tata Rias yang bernama Novita Sari dan nama salonnya "Permata Salon" Jalan Raya Mijen Boja, dari hasil wawancara tersebut bahwa implementasi mata kuliah Manajemen Pemasaran dapat meningkatkan pendapatan usaha rias salon.

Selain itu menurut nara sumber, pemasaran harus dibarengi dengan promosi pemasaran yang tepat, melalui media cetak (lewat brosur, majalah, surat kabar dan pamflet) dan promosi juga dilakukan dengan media non cetak (melalui internet, TV, Radio, telepon dan lain-lain). Jadi bisa disimpulkan bahwa mata kuliah Manajemen Pemasaran sangat penting diberikan kepada mahasiswa Perguruan Tinggi Vokasi, khususnya Program Studi Tata Rias.

Faktor-Faktor Yang Meningkatkan Usaha Rias Salon

Usaha rias salon merupakan bisnis usaha yang sangat menarik, dan dapat menghasilkan keuntungan yang luar biasa besarnya kalau usaha tersebut dikelola dengan baik dan benar.

Pelaku usaha pasti menginginkan usaha yang berhasil, keberhasilan usaha baik mandiri maupun kelompok sangat dipengaruhi oleh cara pengelolaannya, karenanya untuk mencapai keberhasilan atau peningkatan usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Ada lima faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha. Berikut ini merupakan beberapa faktor yang dapat menjadi kunci keberhasilan usaha yang ingin meningkatkan dan mengembangkan usahanya.

1. Sumber daya manusia (SDM) Perusahaan. Sumber daya manusia selalu dibutuhkan dalam menunjang usahanya. Pegawai, karyawan, buruh atau tenaga kerja yang berdaya menjadi unsur penting dalam pengelolaan kegiatan usaha.
2. Fasilitas fisik perusahaan. Fasilitas fisik perusahaan merupakan suatu hal yang sangat penting untuk menunjang kegiatan usaha seperti produksi dan operasional. Termasuk disini lokasi usaha, bangunan dan fasilitas yang tepat yang merupakan tempat usaha.
3. Modal usaha. Modal usaha merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk usaha yang dikelola dengan baik.
4. Manajemen (keahlian pengelolaan). Manajemen adalah kegiatan merencanakan, mengorganisasi, menggerakkan, mengkoordinasi dan mengawasi keseluruhan faktor usaha.
5. Lingkungan perusahaan. Lingkungan berpengaruh dalam keberhasilan usaha.

Memahami penjelasan diatas faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha dilihat dari segi sumber daya manusia memegang peranan yang sangat penting karena pada usaha rias salon disini pelaku usaha sebagai sumber daya manusia yang langsung berinteraksi dengan konsumen secara langsung untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, hal ini karena apabila terjadi kepuasan konsumen akan dapat menimbulkan kesuksesan dan peningkatan usaha bisnis yang ditekuni.

Selain dari sumber daya manusia, faktor lain yang juga sangat berpengaruh untuk peningkatan usaha bisnis rias salon adalah letak tempat usaha yang strategis dan mudah dijangkau oleh pelanggan juga pengelolaan manajemen, modal usaha serta situasi lingkungan juga harus menjadikan perhatian.

Menurut Ardito Wahyu Octian, 10 faktor penentu keberhasilan usaha untuk bisnis sukses dan langgeng, adalah :

1. Memiliki pengetahuan tentang usaha. Menjadi pengusaha baik usaha kecil atau besar diperlukan pengetahuan yang cukup tentang dunia usaha.
2. Membuat perencanaan matang. Pada usaha atau bisnis perlu membuat perencanaan yang matang dengan memakai rumus 5 W (What Why Who When Where) yang artinya apa yang akan dijual, siapa target konsumennya atau pasarnya, dimana menjualnya dan bagaimana cara memasarkannya.
3. Berani mengambil tindakan dan resiko. Dalam mengambil tindakan menjual barang atau jasa, seandainya ada kerugian atau tidak laku kita harus berani ambil resiko dan ambil langkah untuk tetap bertahan dengan cara lain.
4. Memanfaatkan peluang dengan baik. Berbisnis tentunya ada tantangan yang sekaligus bisa menjadi peluang. Peluang itu harus kita ambil. Misalkan kita membuka rias salon, ada panggilan merias artis di luar Jawa sedangkan kita tinggal di Jawa. Walaupun jauh peluang itu harus kita ambil untuk kesuksesan usaha bisnis kita.
5. Mengetahui cara promosi yang tepat. Promosi adalah hal yang sangat penting pada usaha bisnis untuk mendapatkan pelanggan. Promosi bisa melalui media cetak maupun media non cetak.
6. Menjalinkan hubungan yang luas. Dalam membangun usaha bisnis sebagai pelaku usaha, perlu adanya hubungan yang luas atau jaringan yang luas agar usaha bisnis kita bisa berkembang maju baik di lingkungan sendiri maupun dilingkungan masyarakat luas.
7. Punya banyak kreativitas. Pada kegiatan bisnis khususnya bisnis usaha rias salon harus banyak kreativitas ataupun kreasi baru, baik dari teknik cara merias maupun kosmetik yang disesuaikan dengan permintaan pelanggan.
8. Percaya diri. Pada pelaku usaha percaya diri merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan bisnis, tanpa percaya diri bahwa kita mampu bisnis tidak akan maju.
9. Mampu bekerja sama dengan orang lain. Pengusaha dalam melakukan usaha bisnisnya tentunya tidak sendiri, pasti berhubungan dengan orang lain. Untuk itu pelaku usaha bisnis harus bisa bekerja sama dengan harmonis sesama teman bisnis maupun penentu kebijakan bisnis yang dijalani.

10. Memiliki pengalaman. Pengelola bisnis yang sukses biasanya sudah banyak memiliki pengalaman baik pengalaman yang kurang menguntungkan maupun pengalaman yang menguntungkan. Pengalaman adalah sebuah perjalanan untuk menuju keberhasilan atau kesuksesan. Tanpa pengalaman segala usaha bisnis tidak akan bisa berhasil seperti yang diharapkan.

Dari uraian diatas dapat peneliti simpulkan sesuai permasalahan yang peneliti bahas yaitu faktor-faktor yang dapat meningkatkan usaha rias salon adalah :

1. Adanya niat yang kuat dari pribadi pelaku usaha untuk mendirikan usaha rias salon.
2. Memiliki modal usaha.
3. Memiliki tempat usaha yang strategis dan mudah dijangkau.
4. Memiliki fasilitas peralatan sarana dan prasarana yang memadai untuk tata rias kecantikan salon.
5. Memiliki tenaga kerja atau sumber daya manusia yang terampil dan mahir baik secara teori maupun praktek tentang seni tata rias.
6. Melakukan promosi bisnis usaha rias dengan tepat sasaran dan menarik baik secara melalui media cetak maupun media non cetak.
7. Berani berkolaborasi, berinovasi dan memiliki kepercayaan diri.
8. Berani mengambil resiko dan bertanggung jawab.

KESIMPULAN

Pada penelitian ini dapat peneliti simpulkan:

1. Implementasi Mata Kuliah Manajemen Pemasaran Untuk Peningkatan Pendapatan Usaha Rias Salon ternyata sangat penting dimana mata kuliah Manajemen Pemasaran yang diberikan kepada mahasiswa Perguruan Tinggi vokasi Program Studi Tata Rias sangat berguna sebagai bekal ilmu yang diterapkan atau di implementasikan oleh alumni saat membuka rias salon. Mereka menerapkan dan memahami mata kuliah manajemen pemasaran dapat mendatangkan keuntungan yang besar karena dalam pengelolaan usaha rias dapat menggunakan manajemen pemasaran secara baik dan tepat. Melalui manajemen pemasaran yang baik dan tepat tersebut dapat meningkatkan pendapatan sekaligus keuntungan yang besar.
2. Fakto-faktor yang dapat meningkatkan usaha rias salon diantaranya adalah adanya niat yang kuat untuk melakukan usaha bisnis rias salon, memiliki keahlian bidang rias salon, memiliki modal dan tempat usaha serta memiliki peralatan rias yang memadai dan berani mengambil resiko serta bertanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianto, "Konsep Peningkatan", (<https://repository.uir.ac.id/4817/5/bab2.pdf>), diakses tanggal 24 Agustus 2022.
- Ahmad, Gramedia Blog, "*Manajemen Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Tugas, dan Konsep*", (<https://www.gramedia.com/literasi/manajemen-pemasaran/>) diakses tanggal 24 Agustus 2022.
- Aldila Nurul Aini, "*IMPLEMENTASI ASESMEN PERKEMBANGAN ANAK USIA DINI DI TK PEMBINA TRAJI KECAMATAN PARAKAN KABUPATEN TEMANGGUNG*", (<http://lib.unnes.ac.id/3459/1/1601410008.pdf>), diakses tanggal 24 Agustus 2022.
- Alfida Febriana, "*Faktor-faktor yang Berpengaruh pada Keberhasilan Usaha*", (<https://dailysocial.id/post/faktor-faktor-yang-berpengaruh-pada-keberhasilan-usaha>), diakses tanggal 24 Agustus 2022.
- Anugerah Ayu Sendari, "Implementasi", (<https://hot.liputan6.com/read/4478774/innplementasi-adalah-pelaksanaan-tujuan-pahami-pengertian-dan-contohnya>) diakses tanggal 20 Juli 2022.
- Ardito Wahyu Octian, "*10 Faktor Penentu Keberhasilan Usaha untuk Bisnis Sukses dan Langgeng*", (<https://mitra.bukalapak.com/artikel/faktor-keberhasilan-usaha-116438>) diakses tanggal 24 Agustus 2022
- Bambang Hartono, "*Entrepreneurship and Innovation Management*", (<http://repository.uhamka.ac.id/id/eprint/45/1/Modul%20Entrepreneurship%20and%20Innovaticn%20Management.pdf>) diakses tanggal 21 Juli 2022 BN.
- Marbun, Kamus Manajemen, "*Pendapatan*", Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 2003, hal 230 Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, "*Pendapatan*", Balai Pustaka, Jakarta, 2008, hal 185
- Emita Aprelia Gultom, "*Mengapa Kita Harus Mempelajari Manajemen Pemasaran ?, Manajemen Pemasaran*", (<http://blog.ub.ac.id/ernita/2013/02/18/>), diakses tanggal 21 Juli 2022.
- Fenti Herawati, "*Metode Penelitian*" Depok : RajaGrafindo Persada 2017 Fokusbelajarfarrel, "*Pengertian peningkatan pendapatan?*", (<https://pintar.otakatik.live/featured-https-braily.co.id/tugas/38341138>),
- Guru Ekonomi, "*Pengertian Usaha*", (<https://sarjanackon-omi.co.id/pengertian-usaha/>) diakses tanggal 21 Juli 2022.
- Handoko, "*Manajemen*", (<http://eprints.unpam.ac.d/7080/3/BAB%20IL.pdD>), diakses tanggal 24 Agustus 2022
- Indah Puji Hartatik, "*Buku Praktis Mengembangkan SDM*", Penerbit Laksana, Yogyakarta, 2014.
- Kabar Harian, (<https://kumparan.com/kabarian/strategi-pemasaran-utama-dan-jenis-jenisnya-lwmv9pRXr1C>) diakses tanggal 21 Juli 2022.

Kotler and Keller, 2013-2014, "Marketing Management", (<https://www.worldsupporter.org/en/chapter/40830-marketing-managementmymarketinglabglobal-edition-kotler-keller-en>) diakses tanggal 24 Agustus 2022

Malayu, S.P.Hasibuan, "Manajemen Dasar, Pengertian Dan Masalah", PT Bumi Aksara, Jakarta, 2019, hal 3

"Pengertian Manajemen Pemasaran. Fungsi Dan Tujuannya", (<https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengertian-manajemen-pemasaran-fungsi-dan-tujuannya/>) diakses tanggal 20 Juli 2022.

"Prinsip-Prinsip Pemasaran", (<https://www.trainingpemasaransurabay.com/pahami-prinsip-prinsip-pemasaran-terlebih-dahulusebelum-melepas-produk-ke-pasar/>). diakses tanggal 20 Juli 2022.

Quipper Campus, "Mata Kuliah", (<https://campus.quipper.c1/kampuspedia/mata-kuliah>)diakses 24 Agustus 2022.

Sampoerna University, "Pengertian Manajemen Pemasaran, Fungsi dan Tujuannya", (<https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengertian-manajemen-pemasaran-fungsi-dan-tujuannya/>), diakses tanggal 24 Agustus 2022

Shara Nurrahmi, S.Pd., "Tips untuk meningkatkan pendapatan", (<https://www.finansialku.com/cara-meningkatkan-pendapatan/>), diakses tanggal 21 Juli 2022.

Silvia L. Mandey, "Peningkatan Proses Hasil Pembelajaran. Berdasarkan Kompetensi Dalam Mata Kuliah Manajemen Pemasaran", (<https://docplayer.info/3801-Peningkatan-proses-hasil-pembelajaran-berdasarkan-kompetensi-dalam-mata-kuliah-manajemen-pemasaran.html>), diakses tanggal 20 Juli 2022.

Siti Nur Aeni, DKatadata, "Memahami Pengertian Implementasi, Tujuan, Faktor, dan Contohnya", (<https://katadata.co.id/sitinuraeni/berita/6243accfd3afb/memahami-pengertian-implementasi-tujuan-faktor-dan-contohnya>) diakses tanggal 24 Agustus 2022

Sudaryono, "Manajemen Pemasaran, Teori & Implementasinya", CV Andi, Yogyakarta, 2016, hal 41 Wikipedia, (https://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian_kualitatif) diakses 25 April, 2022

Wikipedia, Ensiklopedia Bebas, "Peningkatan", (<https://id.wikipedia.org/wiki/Peningkatan>), diakses tanggal 24 Agustus 2022 Zakky, "Pengertian Implementasi", (<https://www.zonareferensi.com/pengertian-implementasi>), diakses tanggal 20 Juli 2022.