



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Bersaing Salon Lexzi di Kota Bandung

Skripsi

Oleh

Isaac Gabriel Mondy

2013320029

Bandung

2018



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Bersaing Salon Lexzi di Kota Bandung

Skripsi

Oleh

Isaac Gabriel Mondri

2013320029

Pembimbing

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi


Nama : Isaac Gabriel Mondri
Nomor Pokok : 2013320029
Judul : Analisis Strategi Bersaing Salon Lexzi di Kota Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 23 Juli 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T

: 

Sekretaris

Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

: 

Anggota

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Isaac Gabriel Mondri

NPM : 2013320029

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Bersaing Salon Lexzi di Kota Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 11 Juli 2018



Isaac Gabriel Mondri

ABSTRAK

Nama : Isaac Gabriel Mondri

NPM : 2013320029

Judul : Analisis Strategi Bersaing Salon Lexzi di Kota Bandung

Salon Lexzi merupakan bisnis di bidang industri kecantikan di Kota Bandung yang sudah berdiri sejak tahun 4 Juli 1996. Lokasi salon tersebut terletak di jalan Bengawan nomor 37, sebuah lokasi yang cukup strategis di Kota Bandung karena letaknya berada di tengah kota Bandung. Salon Lexzi merupakan salah satu salon dengan reputasi yang baik dan sangat dikenal dikalangan masyarakat kota Bandung, memiliki banyak konsumen yang setia dari banyak kalangan masyarakat. Penelitian ini mengkaji tentang pengembangan bisnis khususnya strategi yang tepat dan efektif untuk Salon Lexzi di masa yang akan datang. Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui dan mengevaluasi efektivitas strategi yang diterapkan oleh Salon Lexzi dan mendapatkan strategi terbaik.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara langsung dengan pemilik, serta observasi. Data dianalisis dengan menggunakan matriks eksternal faktor dan matriks internal factor, untuk mengetahui strategi yang diterapkan oleh Salon Lexzi. Setelah itu tahap selanjutnya adalah memasukan strategi dan mempertimbangkan strategi yang efektif untuk dipakai oleh Salon Lexzi dengan menggunakan analisis SWOT dan matriks SWOT ke dalam metode QSPM untuk mendapatkan strategi terbaik untuk diterapkan oleh Salon Lexzi.

Dari penelitian ini penulis mendapati bahwa secara keseluruhan strategi yang digunakan oleh Salon Lexzi bisa lebih efektif, mengetahui kondisi tersebut penulis mencari solusi strategi terbaik dengan merumuskan strategi yang tepat dan efektif untuk Salon Lexzi yaitu dengan *market penetration strategy*, dengan melakukan penetrasi pasar melalui pasar online.

Saran yang penulis berikan adalah untuk Salon Lexzi lebih memfokuskan strategi kepada pemasaran melalui media *online* guna memikat lebih banyak konsumen untuk menghadapi persaingan ketat dalam industry kecantikan di era teknologi modern.

Kata Kunci: Industri kecantikan, *Market Penetration Strategy*, Strategi Bersaing.

ABSTRACT

Name : Isaac Gabriel Mondri

NPM : 2013320029

Title : *Competitive Strategy Analysis of Lexzi Salon in Bandung City*

Lexzi Salon is a business in beauty industry in Bandung city that has been established since 4th of July, 1996. The salon is located at Bengawan road number 37, a location that strategic enough in the city because it is located in the center of Bandung. Lexzi salon is one of the well-known salon that has good reputation among Bandung society, it also have many loyal costumer from various circles of society. This research reviews the business development of Lexzi salon in the upcoming future. The purpose that the writer wants to reach is to acknowledge and evaluate the strategy effectiveness that is applied by Lexzi salon and get the best strategy.

Research method that is used are case studies with data collection technique using direct interview with the owner of the business, and also observation. The datas are analized using external factor matrix and internal factor matrix to know the strategy that is applied by Lexzi salon. The next step is inputting the strategies and considering the strategies that is effective to be applied by Lexzi salon using SWOT analysis and QSPM method to achieve the best strategy to be used by Lexzi salon.

Through this research, writer found out that the strategy that is used by Lexzi salon overall can still be more effective, knowing that condition, writer is finding the best strategy by formulating the strategy that is appropriate for Lexzi salon and that is by market penetration strategy through online market.

The advice that the writer give is for Lexzi salon to focusing on marketing strategy through online media to attract more costumers to face the tight competition in beauty industry in this modern technological era.

Keywords: *Beauty Industry, Market Penetration Strategy, competitive strategy*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat merampungkan penulisan penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing Salon Lexzi di Kota Bandung”. Penelitian ini diajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 (sarjana) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Begitu banyak ilmu dan pengalaman yang telah diperoleh penulis dari berbagai pihak, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah mendukung dan membantu terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik , Universitas Katolik Parahyangan
2. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Katolik Parahyangan yang telah sangat membantu penulis dalam proses perkuliahan khususnya dalam menjalani aktivitas Himpunan periode 2015-2016.
3. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil. selaku pembimbing seminar dan skripsi yang telah bersedia untuk memberikan waktu serta arahnya yang sangat membantu dalam penulisan penelitian ini hingga selesai.

4. Bapak Alex Syah Fauzi selaku pemilik Salon Lexzi yang telah bersedia meluangkan waktunya serta memberikan izinnya untuk membantu penulisan skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing selaku sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Katolik Parahyangan
6. Sanerya Hendrawan, Ph.D. selaku dosen wali penulis.
7. Seluruh dosen – dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses perkuliahan selama studi 5 tahun di Universitas Katolik Parahyangan.
8. Ibu Tamara Ajeng Tambunan, Theodori Raphael Monti Tambunan, dan Bunga Cinde Lamria Tambunan selaku keluarga inti penulis yang telah sangat membantu penulis dalam hal memberikan dorongan dan motivasi selama penulis studi di Universitas Katolik Parahyangan.
9. Laras Hariesta selaku teman dekat penulis yang telah senantiasa memberikan waktunya, perhatiannya, arahnya kepada penulis selama studi di Universitas Katolik Parahyangan.
10. Keluarga LOGISTIK'14 yang telah memberikan pengalaman baru bagi penulis dan selalu mengisi hari-hari penulis selama studi di Universitas Katolik Parahyangan.
11. Keluarga Himpunan Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis periode 2015-2016, khususnya untuk Dipta, Widi, Greg, Clariss, Tiara, Nadya, Detha, Defota, dan Vodi. Yang sangat membantu, menemani, mendorong, memotivasi penulis dalam melaksanakan amanat yang diberikan oleh Bepy selaku Ketua Pengurus Himpunan di HMPSIAB 15-16.
12. Seluruh teman teman Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan yang tidak dapat di sebutkan satu per satu, terima kasih atas semangat, dukungan sejak awal kuliah sampai sekarang, serta amanat sebagai ketua angkatan mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis UNPAR angkatan 2013.

13. Seluruh teman teman FISIP 2013 yang tidak dapat di sebutkan satu per satu, terima kasih atas kebersamaan, kekompakan, dan semangat kita dari awal kuliah sampai sekarang.
14. Fakhri, Fadhil, dan Firman. Selaku ketua angkatan mahasiswa dari fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, jurusan Hubungan Internasional, dan jurusan Administrasi Publik yang sudah membimbing, menyemangati, dan menjadi teman berbagi penulis dalam memimpin di kehidupan kemahasiswaan.
15. Alexander Gavana Djojoadikusumo dan Abraham Gamaliel Figrana Djojoadikusumo. Selaku sepupu penulis dan juga sahabat yang telah memberi semangat, menemani, dan juga menjadi inspirasi dalam kehidupan penulis.
16. Parahyangan Scooter Soul, khususnya untuk Jody, Bayu, Jodie, Bang Bako, Loza, Setiawan, Dipo, Ivan, Dede, Raka, Beni, Firly, Fai, Fajri, Rangdip, dan Suma. Selaku teman-teman penulis yang selalu menghibur penulis selama masa penulisan.
17. Kenneth, Aldo, Zana, Beby, Akbar, Lucky, Adit, dan Bram. Selaku teman berbagi pikiran yang terus memberi penghiburan kepada penulis.
18. Kevin, Novita, serta semua anggota staf Café Coffee Cult yang selalu dengan ramah menerima penulis untuk bekerja dan singgah untuk menikmati kopi yang luar biasa.
19. Teman-teman penulis, khususnya Fario “ucok” Pranadi, Anung, Papoy, Tama, Kelvin Leonard, Erwin, Tama, Derry Bagja, Pepen, Adrian Solihin, Tomo, Uji, Lukman, Osad, dan Nizar. Yang selalu menghibur penulis walaupun tidak membantu.
20. Kawan-kawan tongkrongan Eliza sekaligus saudara seperjuangan kuliah. Ahmad, Aim, Alex Limpar, Bayong, Andre, Bowo, Dedy, Edek, Denis, Ele, Ical, Harits, Hari, Isa, Kevin, Evan, Pyter, Rizal, Emong, Tyo, dan Yoga.

21. Band Men of Letters khususnya untuk Kiwil, Ethman, dan Vica yang memberi pengalaman bermusik yang indah selama menjadi mahasiswa UNPAR.
22. Teman-teman main. Teh Lisa, Dipta, Fiona, Bulan, Thessa, Alfrey, Martin, Andre Sembiring, Momo, Andra, Cathy, dan Iip. Terima kasih atas kebersamaan dan pengalamannya yang seru dan indah.
23. Kawan-kawan sedari SMA. Agung, Albert, Dilo, Evan, Bram, Dape, Heru, Kenneth, Lucky, Octav, Yohan, Bram, Andre Otot, BM, Jordan, Clifford, Felix, Hadi, Jason, Opung Julio, Mamil, Leo, Matthew, Ejon, Tato, Pepi, Alex, Iyan, Samson, Peter, Aldo, Tyo dan Turon. Terima kasih atas kenakalan remaja dan pengalaman seru nya.

Penulis sangat menyadari dalam penulisan penelitian ini masih banyak kekurangan serta kelemahan dikarenakan keterbatasan ilmu, sarana serta kemampuan penulis dalam meneliti. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak yang membaca penelitian ini akan sangat membantu penulis di masa yang akan datang, Namun besar harapan penulis agar penelitian dapat memeberikan manfaat atau wawasan baru bagi pembaca. Akhir kata semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa akan selalu melimpahkan dan memberikan anugerah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan dukungan kepada penulis dalam proses penyelesaian penelitian ini.

Bandung, 11 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
BAB II KERANGKA TEORI	6
2.1 Teori Pendukung.....	7
2.1.1 Pengertian Strategi.....	7
2.1.2 Manajemen Strategi	8
2.1.3 Perencanaan Strategi.....	9
2.1.4 Strategi Bisnis.....	10
2.2 Analisis Bisnis :	15
2.2.1 PESTLE	15
2.2.2 Five Force Strategy.....	20
2.2.3 Value Chain	23
2.2.4 SWOT.....	26
2.2.5 IE MATRIKS	30
2.2.6 Analisis QSPM	31

BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.1 Observasi	34
3.3.2 Wawancara	34
 BAB IV OBJEK PENELITIAN	 36
4.1 Sejarah Perusahaan	36
4.2 Visi dan Misi	38
4.2.1 Visi	38
4.2.2 Misi	38
4.3 Lokasi Perusahaan	38
4.4 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas Salon Lexzi	39
4.5 Segmentasi & Target Pasar	40
4.6 Jasa yang ditawarkan Salon Lexzi	41
 BAB V ANALISIS PENELITIAN	 43
5.1 Evaluasi Strategi Perusahaan Saat Ini	43
5.2 Analisis Lingkungan Eksternal	45
5.2.1 PESTLE	45
5.2.2 <i>Five Forces</i>	51
5.3 Analisis Lingkungan Internal	56
5.3.1 <i>Value Chain</i>	56
5.4 Analisis SWOT	62
5.5 Formulasi Strategi	67
5.5.1 Analisis EFAS dan IFAS	67
5.6 IE Matriks Analisis	71
5.7 Analisis QSPM	73

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	77
6.1 Kesimpulan.....	77
6.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN PERTANYAAN WAWANCARA INTERNAL & EKSTERNAL PERUSAHAAN SALON LEXZI.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel SWOT Matriks.....	28
Tabel 5.1	Tabel Jenis UMKM dan kriterianya.....	46
Tabel 5.2	Grafik pertumbuhan kurs Rupiah terhadap Dollar AS.....	47
Tabel 5.3	Matrix Comparative	53
Tabel 5.4	Value Chain Summary	61
Tabel 5.5	Analisis SWOT salon Lexzi.....	65
Tabel 5.6	Analisis SWOT Matriks Salon Lexzi.....	66
Tabel 5.7	Analisis EFAS Salon Lexzi.....	68
Tabel 5.8	Analisis IFAS Salon Lexzi.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Five Generic Competitive Strategy</i>	11
Gambar 2.2 Kerangka Pestle	15
Gambar 2.3 Kerangka 5 <i>Force Strategy</i>	20
Gambar 2.4 Kerangka <i>Value Chain</i>	23
Gambar 2.5 Kerangka IE Matriks.....	30
Gambar 4.1 Toko Lexzi Salon.....	36
Gambar 4.2 Tampilan pencarian salon di Kota Bandung.....	38
Gambar 5.1 Statistik jumlah kelompok menurut umur di kota Bandung	44
Gambar 5.2 Grafik pertumbuhan kurs Rupiah terhadap Dollar AS.....	47
Gambar 5.3 Bagan PESTLE Salon Lexzi	51
Gambar 5.4 Hasil analisis IE Matriks Salon Lexzi	71
Gambar 6.1 Grafik <i>Platform</i> Media Sosial teraktif	80
Gambar 6.2 Grafik Profil Pengguna Instagram	81

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatnya perekonomian berimbas pada meningkatnya pertumbuhan bisnis di Indonesia. Pertumbuhan bisnis dalam beberapa tahun terakhir ini diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang, tidak terkecuali pada bisnis salon kecantikan. Perkembangan ini diketahui dengan meningkatnya jumlah bisnis salon kecantikan yang semakin banyak berkembang dari tahun ke tahun. Melihat kondisi tersebut menyebabkan para pengusaha salon kecantikan semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat. Bisnis salon mulai berkembang di masyarakat. Hal ini disebabkan oleh tingginya animo masyarakat akan gaya hidup akan pentingnya penampilan. Semakin banyaknya salon kecantikan dan spa akan memacu pengusaha salon dan spa untuk meningkatkan mutu dan pelayanan. Bisnis salon bergerak di sektor jasa, yakni memberikan pelayanan dalam perawatan tubuh pada umumnya, dan rambut pada khususnya. Konsumen selalu berusaha mencari hasil yang terbaik untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga penyedia jasa dituntut untuk menjadikan kepuasan konsumen sebagai tujuan yang utama dalam bisnisnya. Perkembangan salon kecantikan yang semakin meningkat akan membawa pengaruh terhadap persaingan para pelaku bisnis di bidang salon kecantikan. Tingginya permintaan pasar dan munculnya beragam perusahaan salon maupun spa memaksa para pengusaha di dunia kecantikan untuk menawarkan jasa yang lebih baik dan

beragam sehingga dapat menarik pelanggan. Dahulu salon hanya sebagai tempat untuk merapikan rambut, akan tetapi dalam perkembangannya beberapa bisnis salon sudah menawarkan jasa untuk pewarnaan rambut (colouring), pelurusan dan pengeritingan rambut (smoothing), penyambungan rambut (hair extension), masker atau spa rambut, perawatan kuku (manicure - pedicure), hingga perawatan wajah. Beberapa salon telah dapat berkembang dengan pesat sehingga dapat memiliki banyak cabang, sebut saja Salon Johny Andrean, Rudy Hadisuwarno, Anata Salon, dan Natasha. Namun banyak juga salon-salon milik perseorangan yang mulai ikut bersaing, misalnya Hetty Hair Salon.

Kehidupan modern saat ini, manusia semakin menyadari arti pentingnya penampilan diri dalam setiap aktivitas sehari-harinya. Upaya untuk membangun penampilan diri yang baik secara keseluruhan dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya meliputi perawatan kecantikan, dengan diikuti pemeliharaan dan kesegaran jasmani. Dengan meningkatnya kesadaran akan memiliki penampilan yang menarik menjadi salah satu faktor berkembang pesatnya bisnis salon kecantikan. Tingginya permintaan pasar saat ini membuat bisnis salon kecantikan harus bersaing ketat dengan setiap pesaing-pesaingnya agar mendapatkan pelanggan yang loyal terhadap suatu perusahaan kecantikan sehingga perusahaan membutuhkan strategi bersaing.

Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk membuat strategi bersaing salah satu salon kecantikan di kota Bandung yaitu Salon Lexzi. Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang dan mengetahui strategi yang tepat digunakan salon Lexzi untuk mencapai keunggulan bersaing.

Semakin ketatnya persaingan di bidang salon kecantikan mengharuskan setiap salon untuk mempunyai keunggulan dibandingkan dengan salon-salon yang lain. Untuk itu para pengusaha salon kecantikan tidak hanya menyediakan fasilitas, tetapi menjalankan strategi pemasaran untuk mengalokasikan sumber dayanya sehingga dapat dicapai penjualan maksimal. Beragamnya bisnis salon yang berkembang tidak hanya terlihat dari jasa yang ditawarkan, tetapi dapat juga dilihat dari struktur organisasi di dalam bisnis salon itu sendiri. Penyusunan struktur organisasi erat hubungannya dengan desain organisasi. Desain organisasi sendiri merupakan penentuan struktur organisasi yang paling memadai untuk strategi, karyawan (SDM), teknologi yang digunakan, dan tugas dalam organisasi.

Dalam sebuah organisasi bisnis tentu terdapat struktur, dimensi struktur organisasi meliputi tiga unsur penting yaitu spesialisasi, sentralisasi dan formalisasi. Ketiga unsur tersebut mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam sebuah organisasi. Sebuah bisnis memerlukan adanya suatu kebijakan (policy), dimana kebijakan tersebut adalah pedoman untuk bertindak. Kebijaksanaan ini menunjukkan bagaimana sumber harus dialokasikan dan bagaimana tugas yang diberikan dalam organisasi harus dilaksanakan sehingga manajer tingkat fungsional dapat melaksanakan strategi itu dengan sebaik-baiknya (Glueck dan Jauch, 1989). Banyak bisnis salon yang didirikan secara perseorangan tetapi ada pula yang didirikan dan dimiliki secara bersama. Dalam perusahaan salon yang telah berkembang dan mempunyai nama yang besar, kepemilikan tidak hanya menjadi milik satu orang tetapi dapat dimiliki oleh pihak lain yang turut menginvestasikan modalnya dalam bisnis tersebut. Akan tetapi

untuk salon-salon yang didirikan secara perseorangan, kepemilikan menjadi milik perseorangan, yaitu pendiri bisnis langsung memegang posisi manajemen puncak. Tugas manajemen puncak itu sendiri adalah mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan yang ada dalam bisnis, mulai dari *planning*, *organizing*, *leading*, hingga *controlling*. Manajemen puncak membawahi divisi fungsional, antara lain manajemen operasional yang mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan proses produksi, manajemen sumber daya manusia yang berhubungan dengan tenaga kerja dalam organisasi, manajemen keuangan yang mengatur arus kas dan hal-hal yang berhubungan dengan aliran dana dalam organisasi, serta manajemen pemasaran yang berhubungan dengan konsumen dan pasar, Sehingga keberhasilan bisnis yang dijalankan terletak pada kemampuan yang dimiliki manajemen pemasaran dalam melihat tren pasar yang seringkali berubah dengan cepat.

1.2 Identifikasi Masalah

Salon Lexzi telah berdiri dari tahun 1996, sebuah salon yang layak disebut sebagai salon yang sudah berpengalaman. Salon Lexzi berada di jalan Bengawan nomor 37, jalan yang termasuk tempat yang strategis di Bandung, berdekatan dengan jalan Riau, jalan bengawan tersebut merupakan salah satu jalur yang sering dilewati banyak orang di Bandung.

Setelah bertahun-tahun, Salon Lexzi tidak pernah membuka cabang baru namun masih tetap mampu beroperasi dan bersaing dengan baik. Perubahan atau kenaikan harga hanya sekali terjadi pada tahun 2016 sejak berdirinya di tahun 1996, dengan adanya faktor eksternal ekonomi dan dalam kasus ini adalah inflasi,

bagaimana Salon Lexzi mempertahankan harganya namun tetap mampu bertahan dalam persaingan bisnis salon di Bandung dan strategi apakah yang sebaiknya diterapkan oleh Salon Lexzi.

Dengan demikian ada 3 (tiga) buah pertanyaan dalam penelitian terkait strategi bersaing salon Lexzi, yakni:

1. Strategi bersaing apa yang digunakan oleh salon Lexzi selama ini?
2. Seperti apa lingkungan internal & eksternal salon Lexzi dalam menghadapi persaingan?
3. Apa strategi yang tepat untuk digunakan oleh salon Lexzi berdasarkan analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penelitian

Terkait dengan identifikasi masalah yang akan diteliti dalam penelitian mengenai strategi bersaing salon Lexzi dalam menghadapi persaingan industri jasa salon dan kecantikan di Kota Bandung, memiliki tujuan:

1. Mengetahui Strategi bersaing apa yang digunakan oleh salon Lexzi selama ini.
2. Mengetahui Seperti apa lingkungan internal & eksternal salon Lexzi dalam menghadapi persaingan.
3. Mengetahui strategi yang tepat untuk digunakan oleh salon Lexzi berdasarkan analisis SWOT.