

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kecantikan adalah salah satu industri yang berkembang di Indonesia. Industri kecantikan di Indonesia berkembang rata-rata 12% setiap tahunnya dengan nilai pasar Rp 33 triliun di 2016. Pertumbuhan konsumen sebesar 3 juta orang setiap tahun menjadikan industri kecantikan diminati banyak orang (Metrotvnews, Apr 29, 2017). Berdasarkan peraturan pemerintah nomor 14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) Tahun 2015-2035, industri kecantikan menjadi salah satu industri *prime mover* perekonomian Indonesia.

Menurut Rudi Hadisuwarno (2015), jumlah pengusaha industri kecantikan mengalami peningkatan yang cukup signifikan, jumlah pengusaha industri kecantikan pada tahun 2015 mencapai 100.000 pengusaha di Indonesia, 30.000 dari 100.000 pengusaha berada di Jawa Timur. Salah satu usaha di dalam industri kecantikan adalah salon. Pertumbuhan bisnis salon di Indonesia meningkat antara 10-15% persen pada tahun 2015 dibandingkan dengan tahun 2014 (Beritasatu, Mei 19, 2015). Kondisi ini membuktikan bahwa bisnis salon sangat signifikan perkembangannya.

Bertambahnya jumlah pengusaha salon menyebabkan persaingan semakin kompetitif. Setiap pengusaha salon dituntut untuk selalu mengerti dan memahami keinginan konsumen, serta perubahan yang ada agar mampu bersaing. Perubahan disini terkait dengan bagaimana pengusaha berinovasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Trott (2005), Inovasi adalah pusat aktivitas pertumbuhan sebuah perusahaan, dan perusahaan harus mampu untuk beradaptasi dengan lingkungan di sekitarnya agar perusahaan tetap bersaing. Dengan melakukan inovasi, perusahaan diharapkan memiliki layanan baru atau perbaikan dari layanan yang telah ada sebelumnya

Salon tetap bersaing apabila dapat berinovasi atas layanan yang diberikan. Maka, salon membutuhkan *service innovation* yang tepat. Menurut Skålén et al. (2015), *service innovation* adalah melibatkan atau memodifikasi atau mengembangkan *value proposition* yang ada dengan mengintegrasikan sumber

daya dalam cara yang berbeda, atau dengan menciptakan sumber daya yang baru. Menurut Skálén et al. (2015), dalam melakukan *service innovation* dibutuhkan beberapa tahapan yang harus dilalui, antara lain *idea generation*, *concept development & service design*, *Prototyping*, dan *service launch, customer feedback*.

Salah satu contoh salon yang berhasil dalam menerapkan *service innovation* adalah Johnny Andrean Salon. Johnny Andrean terkenal sebagai penata rambut atau *hair stylist* di Indonesia. Dengan ilmu salon yang beliau pelajari dari ibunya di Kalimantan, Johnny Andrean kemudian mencoba mendirikan sebuah salon di tahun 1978 yang terletak di Jakarta Utara. Dikarenakan keterampilan dan keramahannya terhadap pelanggan, dua tahun kemudian beliau membuka cabang salonnya di Jalan Mangga Besar, kemudian salon ketiganya di kawasan Wahid Hasyim dan setelah itu di wilayah Kebayoran Baru yang semua salonnya berada di wilayah Jakarta. Jaringan salon Johnny Andrean terus berkembang hingga saat ini berjumlah lebih dari ratusan jaringan bisnis.

Terkait dengan fenomena kesuksesan yang dicapai oleh Johnny Andrean, peneliti ingin menggunakan usaha Salon yang lebih kecil sebagai objek penelitian, agar peneliti dapat mengetahui *service innovation* yang perlu diterapkan oleh objek penelitian dalam menghadapi persaingan yang ada. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Salon Kristiana sebagai objek penelitian. Salon Kristiana sudah berdiri pada tahun 1996. Salon Kristiana menawarkan potong rambut, perawatan rambut, dan berbagai macam perawatan tubuh seperti *body spa, facial, manicure*, dan *pedicure*. Pada mulanya Salon Kristiana hanya bermodal 4 meja, 2 tempat mencuci rambut, dan 1 etalase yang berisi obat salon, *shampoo*. Pada tahun 2009, Salon Kristiana menetapkan untuk berpindah lokasi ke tempat yang lebih strategis di jantung kota Mojosari yaitu di Jln. Pemuda 39, Mojosari

Salon Kristiana berupaya menghasilkan layanan baru yang sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar. Layanan yang diminati konsumen karena memiliki kelebihan tertentu akan meningkatkan omzet salon. Keberhasilan dalam melakukan inovasi berarti perusahaan tersebut dapat menjadi *market leader* dibandingkan pesaingnya. Agar Salon Kristiana dapat bertahan dalam persaingan dibutuhkan inovasi layanan yang tepat. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian *Service Innovation* pada Salon Kristiana.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada maka rumusan masalahnya adalah:

1. Apakah ada inovasi jasa di Salon Kristiana?
2. Bagaimana proses inovasi jasa yang dapat diterapkan di Salon Kristiana?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui inovasi jasa yang ada di Salon Kristiana.
2. Merumuskan proses inovasi jasa yang dapat diterapkan di Salon Kristiana.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Memberikan informasi kepada pemilik usaha Salon Kristiana tentang inovasi jasa yang dilakukan dapat membantu mengembangkan usaha tersebut.
2. Memberikan tambahan referensi bagi penulis dan mahasiswa dalam penerapan inovasi terhadap bisnis jasa.
3. Bagi universitas untuk menambah literatur perpustakaan dan juga memberikan informasi bagi pembacanya tentang inovasi bisnis dibidang jasa, sehingga dapat menjadi acuan bagi penelitian yang akan datang.