

**IMPLEMENTASI STRATEGI *MARKETING MIX* PADA HAI BEAUTY
BAR DI KOTA PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Dosen Tugas Akhir Prodi Manajemen Perdagangan
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh:

REZA AULIA ARDISTA

NIM. 20134070

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2023

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**IMPLEMENTASI STRATEGI *MARKETING MIX* PADA HAI BEAUTY
BAR DI KOTA PADANG**

Nama : Reza Aulia Ardista
NIM : 20134070
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, 08 Oktober 2023

Diketahui Oleh

Koordinator Program Studi Diploma
(DIII) Manajemen Perdagangan

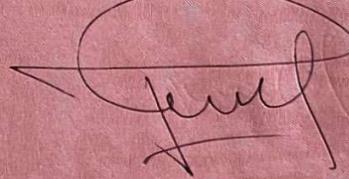


Yuki Fitria, SE, MM

NIP. 19820722 201012 2 002

Disetujui Oleh

Pembimbing



Thamrin, S.Pd, MM

NIP. 19750816 200501 1 003

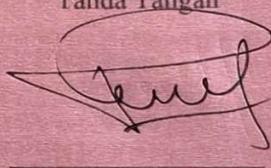
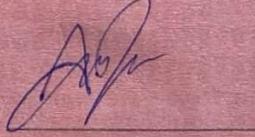
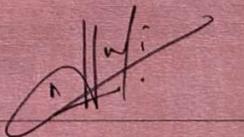
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

IMPLEMENTASI STRATEGI *MARKETING MIX* PADA HAI BEAUTY BAR DI KOTA PADANG

Nama : Reza Aulia Ardista
NIM : 20134070
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Padang, 08 Oktober 2023

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Thamrin, S.Pd, MM	(Ketua)	
2. Arief Maulana, SE, MM	(Anggota)	
3. Astri Yuza Sari, SE, MM	(Anggota)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reza Aulia Ardista
Thn. Masuk/NIM : 2020/20134070
Tempat/Tgl. Lahir : Sungai Tambang/22 Januari 2001
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Jorong Sungai Tambang II
Judul Tugas Akhir : Implementasi Strategi *Marketing Mix* Pada Hai Beauty Bar Di Kota Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata cara penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan aturan yang berlaku.

Padang, 08 Oktober 2023

Yang menyatakan,



Reza Aulia Ardista
NIM. 20134070

ABSTRAK

REZA AULIA ARDISTA (20134070) : **Implementasi Strategi *Marketing Mix* Pada Hai Beauty Bar Di Kota Padang**

Pembimbing : **Thamrin, S.Pd, MM**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan pemasaran online pada Hai Beauty Bar di Kota Padang. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian deskriptif dengan metode pengumpulan data yaitu melalui observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini yaitu diketahui bahwa (1) produk yang ditawarkan Hai Beauty Bar selalu mengutamakan kualitas dan variasi layanan dan berupaya memberikan hasil yang terbaik demi menarik kepuasan para konsumen. (2) Dalam hal ini Hai Beauty Bar menetapkan harga sesuai dengan harga pasar, sehingga harga tersebut mampu bersaing dan mudah dijangkau oleh konsumen. (3) Tempat yang dimiliki Hai Beauty Bar dapat dinilai cukup strategis karena berada di tepi jalan raya yang mudah dijangkau dan dilalui oleh kendaraan roda dua ataupun kendaraan lainnya. (4) Promosi yang dilakukan oleh Hai Beauty Bar yaitu melalui iklan di media sosial dan menggunakan promosi penjualan berupa potongan harga dan harga bundling untuk menarik konsumen terhadap produk yang ditawarkan. (5) Hai Beauty Bar memiliki tiga orang karyawan untuk membantu melancarkan usaha yang dimiliki dengan masing-masing karyawan memiliki posisi dan tanggung jawabnya. (6) Dalam proses layanan, Hai Beauty Bar akan melayani konsumen sesuai dengan jam dan jenis perawatan yang telah di reservasi di hari sebelumnya. (7) Bangunan serta sarana dan prasarana yang dimiliki oleh Hai Beauty Bar sudah baik dan tertata dengan rapi.

Kata Kunci: **Strategi Pemasaran, *Marketing Mix*, Hai Beauty Bar**

KATA PENGANTAR



Syukur allhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya dan tak lupa untuk junjungan besar Nabi Muhammad SAW sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan tugas akhir yang berjudul “**Implementasi Strategi *Marketing Mix* Pada Hai Beauty Bar Di Kota Padang**”. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan tugas akhir ini penulis tidak terlepas dari hambatan dan rintangan. Meskipun demikian, atas bimbingan, bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Mukhlis, cinta pertama dan panutanku. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai dengan bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, mendoakan, memberikan semangat dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Pintu surgaku, Ibunda tercinta Erma Yulis. Terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan

doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi pengingat dan penguat paling hebat. Terima kasih, sudah menjadi tempatku untuk pulang, bu.

4. Ketiga abangku tersayang. Hendrio Roze, S.Pd, Richi Candra M, SE, dan Rengga Andika Saputra, A.P.A.Pj. Terima kasih selalu memberikan inspirasi untuk terus melangkah maju kedepan, menjadi teman bertukar pikiran, tempat berkeluh kesah, dan menjadi *support system* terbaik bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir. Terima kasih atas waktu, materi, doa yang senantiasa dilangitkan, dan seluruh hal baik yang diberikan kepada penulis selama ini.
5. Adikku Carissa Chiara Adrienne. *Dear* adik kecilku tersayang beruntungnya kamu memiliki kakak sebaik aku. Terimakasih telah menjadi anak yang baik dan adik yang baik. Terima kasih karena selalu mau saat dimintai tolong walaupun terkadang agak susah, ya. Semangat ya belajarnya karena tahun depan insyaallah masuk SMA. Ternyata adikku sudah tidak kecil lagi, tapi percayalah kau akan selalu menjadi adik kecilku yang paling ku sayang.
6. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE., M.Sc., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis sekaligus dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dari awal perkuliahan sampai akhir menyelesaikan tugas akhir.

7. Bapak Thamrin, S.Pd, MM, selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, pikiran, bimbingan, dan transfer ilmu kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Sahabat penulis. Rima Aulia, Rini Ramadhani Irdas, dan Salma Sabilla yang telah banyak membantu dan kebersamai proses penulis dari awal perkuliahan sampai tugas akhir. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, support, dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini. *See you on top, guys.*
9. Seluruh teman-teman Manajemen Perdagangan angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah ini.
10. Seluruh pihak yang memberikan bantuan kepada penulis, namun tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, semangat, dan doa baik yang diberikan kepada penulis selama ini.
11. *Last but not least*, untuk Reza Aulia Ardista. Terima kasih sudah mau menepikan ego dan memilih untuk kembali bangkit dan menyelesaikan semua ini. Kamu selalu berharga, tidak peduli seberapa putus asanya kamu sekarang, tetaplah mencoba bangkit. Terima kasih sudah bertahan.

Padang, 08 Oktober 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Strategi Pemasaran	7
B. Strategi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	8
BAB III PENDEKATAN PENELITIAN	19
A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir	19
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	19
C. Rancangan Penelitian	19
D. Metode Pengumpulan Data	21
E. Objek Penelitian	21
F. Sumber Data Penelitian	21
G. Teknik Analisis	22
BAB IV PEMBAHASAN	23
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	23
B. Implementasi Strategi <i>Marketing Mix</i> Pada Hai Beauty Bar di Kota Padang .	26

BAB V PENUTUP	43
A. Kesimpulan	43
B. Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Salon Kecantikan di Kota Padang.....	2
Tabel 2. Total Penjualan Hai Beauty Bar bulan Desember 2022 – Juli 2023.....	4
Tabel 3. Daftar Harga Produk/Layanan Hai Beauty Bar.....	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Hai Beauty Bar.....	24
Gambar 2. Struktur Organisasi Hai Beauty Bar.....	25
Gambar 3. Perawatan Kuku (Nails Treatment).....	27
Gambar 4. Perawatan Bulu Mata (Lashes Treatment).....	27
Gambar 5. Sambung Bulu Mata (Eyelash Extention).....	28
Gambar 6. Perawatan Alis (Brows Treatment).....	29
Gambar 7. Perawatan Rambut (Hair Treatment).....	29
Gambar 8. Lokasi Hai Beauty Bar.....	32
Gambar 9. Instagram <i>Ads.</i> Hai Beauty Bar.....	34
Gambar 10. <i>Influencer Marketing</i>	35
Gambar 11. Promosi Penjualan.....	36
Gambar 12. Karyawan Hai Beauty Bar.....	38
Gambar 13. Proses Pelayanan.....	39
Gambar 14. Bangunan Hai Beauty Bar.....	41
Gambar 15. Sarana dan Prasarana Hai Beauty Bar.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pengajuan Observasi.....	48
Lampiran 2. Pertanyaan Wawancara.....	49
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara.....	51

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan meningkatnya perkembangan zaman, maka kebutuhan manusia juga ikut meningkat. Peningkatan kebutuhan tersebut tidak hanya dalam pemenuhan kebutuhan primer, tetapi meluas pada pemenuhan kebutuhan sekunder maupun tersier. Sebagaimana diketahui bahwa kebutuhan manusia tidak ada batasnya, oleh karena itu dalam menghadapi atau memenuhi kebutuhan manusia tersebut mendorong lahirnya sebagai pihak yang berkecimpung dalam dunia usaha atau industri baik mikro maupun makro.

Salah satu usaha atau industri bidang jasa yang saat ini sedang berkembang adalah salon kecantikan. Terlihat cantik dan menarik adalah dambaan setiap insan wanita sehingga tidak heran jika banyak kaum wanita melakukan berbagai perawatan untuk mendapatkan dan memelihara kecantikan tersebut dengan berbagai cara, salah satunya dengan melakukan perawatan ke salon kecantikan. Salon kecantikan merupakan usaha jasa yang menawarkan jasa perawatan tubuh seperti perawatan rambut dan wajah, perawatan kuku, lulur, spa, pijat refleksi, dan lain sebagainya.

Perkembangan bisnis salon kecantikan di Sumatera Barat khususnya di Kota Padang saat ini bisa dilihat sudah semakin meningkat. Persaingan bisnis salon kecantikan yang ketat seperti saat ini membuat pelaku bisnis selalu berusaha untuk mempertahankan bisnisnya dan bersaing untuk mencapai tujuan. Berbagai metode yang dilakukan pelaku bisnis agar bisnis yang dijalankan tetap bertahan di

tengah pesaing, suatu bisnis didirikan dan dikelola untuk menghasilkan suatu produk baik berupa barang maupun jasa. Sehingga keberhasilan suatu salon kecantikan tidak hanya terletak pada produk, kemampuan atau keterampilan yang di miliki, serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen/pelanggan, tetapi juga diperlukannya pemasaran yang baik, karena sebuah prinsip pemasaran mengatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada seberapa mampu organisasi memahami kebutuhan dan keinginan konsumen serta memenuhinya secara lebih efisien dan efektif dibandingkan pesaingnya.

Hai Beauty Bar merupakan usaha jasa di Kota Padang yang menawarkan jasa-jasa perawatan tubuh seperti perawatan rambut, alis, bulu mata, dan perawatan kuku. Walaupun keberadaannya yang masih baru, Hai Beauty Bar merupakan salah satu bisnis salon kecantikan yang paling diminati oleh kaum wanita. Seiring berjalannya waktu, banyak jenis usaha ini bermunculan, sehingga memperketat persaingan di bisnis ini. Sekarang ini di Kota Padang saja setidaknya sudah ada lebih kurang 20 perusahaan bisnis salon kecantikan yang bergerak di bidang yang sama seperti yang terlihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Salon Kecantikan di Kota Padang

No	Nama Salon	Alamat Salon
1	Hai Beauty Bar	Jl. Gajah Mada No.1A, Gunung Pangilun, Kec. Padang Utara.
2	Ningeyelash Padang	Jl. Legislatif No. 31A, Gunung Pangilun, Padang Utara.
3	Verza Studio Bar12	Gunung Pangilun, Kec. Padang Utara.
4	Serendipity Nail Art	Jl. Batang Arau No.88, Kampung Pondok, Padang Barat.
5	Honeybee Nail Art	Jl. Kp. Nias V No.48D, Ranah Parak Rumbio, Kec. Padang Selatan.
6	NailBox Padang	Jl. Jaksa Agung R. Soeprapto No.3a, Rimbo Kaluang, Kec. Padang Barat.
7	Beauty Lounge Padang	Jl. Bandar Damar No.25, Olo, Kec. Padang Barat.

No	Nama Salon	Alamat Salon
8	Hyperlash Studio	Jl. Ujung Gurun No.91, Ujung Gurun, Kec. Padang Barat.
9	NailBy Aprils	Perumahan Pondok Ranah Minang Blok B No.3, Koto Lalang, Kec. Lubuk Kilangan.
10	Yours Studio	Jl. Hos. Cokroaminoto No.77, Berok Nipah, Kec. Padang Barat.
11	Hanako Nailart	Jl. Tanah Datar No.118, Surau Gadang, Kec. Nanggalo.
12	Cha Nail Art	Jl. Ganting II No.13 G, Ganting Parak Gadang, Kec. Padang Timur
13	Zizi Beauty Studio	Jl. Gn. Singgalang D No.4, Komplek Alam Permai, Kec. Kuranji.
14	Nail By Yvonne	Perumahan Buana Residence, Korong Gadang, Kec. Kuranji.
15	Aminaka.id Studio	Jl. Perak 1 No.5, Kampung. Jao, Kec. Padang Barat.
16	Qq by Ceys Nail Bar	Jl. Komp. Unand Jl. Raya Gadut No.13, Limau Manis Sel, Kec. Pauh.
17	Holynails.idn	Jl. Bandar Purus, Padang Pasir, Kec. Padang Barat.
18	TheLoly.co	Perumahan Pondok Indah Pratama Jati, Padang.
19	Ks. Lashboss	Jl. Raya Siteba, Kec. Nanggalo.
20	Nails By Boo	Tabing Banda Gadang, Kec. Nanggalo.

Sumber: *google.co.id*

Dari data tabel di atas, menggambarkan bahwa saat ini ada banyak bisnis salon kecantikan yang ada di Kota Padang dan juga merupakan pesaing bagi Hai Beauty Bar. Keberadaan pesaing akan menjadi masalah bagi Hai Beauty Bar apabila perusahaan tidak bisa mengatasinya dengan baik dan akan berakibat pada berkurangnya konsumen yang berkunjung dan berkurangnya pemasukan yang akan menjadi salah satu penyebab bangkrutnya perusahaan. Persaingan antar produk sejenis maupun persaingan dengan industri yang lebih besar, tidak jarang menjadikan usaha kalah dalam bersaing.

Untuk bertahan di tengah persaingan yang ada, Hai Beauty Bar harus memiliki strategi pemasaran yang baik agar mampu bersaing dan senantiasa berkembang. Hai Beauty Bar harus memberikan strategi yang lebih baik lagi

terhadap produk dan kualitas layanannya. Terus berinovasi dalam mengembangkan produk dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau namun tetap bersaing.

Pelayanan yang berkualitas dan lokasi yang mudah di jangkau serta promosi melalui media online dapat menarik konsumen sehingga meningkatnya penjualan atau pendapatannya, sebagaimana tujuan utama dari berdirinya sebuah usaha yang menginginkan peningkatan setiap bulannya. Tentunya hal ini tidak akan terlepas dari strategi-strategi pemasaran yang baik dan sesuai dengan keinginan konsumen.

Berikut ini data perkembangan Hai Beauty Bar bisa di lihat melalui total penjualan periode bulan Desember 2022 – Juli 2023 adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Total Penjualan Hai Beauty Bar bulan Desember 2022 – Juli 2023

Bulan	Total Penjualan	% Perubahan Penjualan
Desember	23.567.000	
Januari	23.987.000	1.78%
Februari	24.566.000	2.41%
Maret	25.890.000	5.39%
April	26.780.000	3.44%
Mei	26.796.000	0.06%
Juni	31.130.000	16.17%
Juli	33.079.000	6.26%

Sumber: *Laporan Pencatatan Penjualan per (Des 2022 – Juli 2023)*

Berdasarkan tabel 2 yang penulis paparkan di atas, menunjukkan penjualan di Hai Beauty Bar meningkat setiap bulannya, namun persentase perubahan penjualan Hai Beauty Bar dari bulan Desember 2022 – Juli 2023 mengalami fluktuasi di mana persentase peningkatan penjualan tertinggi terjadi pada bulan Juni 2023 sebesar 16.17%, hal ini dimungkinkan karena banyaknya konsumen yang melakukan perawatan pasca libur lebaran. Sedangkan persentase penjualan terendah terjadi pada bula Mei sebesar 0.06%, hal ini dimungkinkan

karena masih berada di suasana lebaran. Hal ini menandakan belum tercapainya tujuan perusahaan yang menginginkan peningkatan pendapatan setiap bulannya.

Oleh karena itu, peneliti ingin menganalisis penerepan strategi *marketing mix* yang dilakukan Hai Beauty Bar dan tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dan menuangkan dalam Tugas Akhir yang berjudul “Implementasi Strategi *Marketing Mix* Pada Hai Beauty Bar di Kota Padang”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana penerapan strategi *marketing mix* pada Hai Beauty Bar.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam melakukan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan strategi *marketing mix* pada Hai Beauty Bar.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan memberikan manfaat-manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai saran untuk mengembangkan teori atau keilmuan tentang penerapan *marketing mix* pada Hai Beauty Bar di Kota Padang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Selain sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Perdagangan DIII Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Negeri Padang juga untuk menambah pengetahuan dan wawasan yang telah diperoleh dari matakuliah yang sudah diberikan sebelumnya.

b. Bagi Kalangan Akademik

Dapat menambah referensi bagi mahasiswa yang akan menyusun TA dimasa yang akan datang mengenai *marketing mix*.

c. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pebisnis dalam mengambil keputusan ataupun menentukan kebijakan mengenai permasalahan ini, membantu Hai Beauty Bar dengan memberikan informasi dan sumbangan pikiran mengenai langkah-langkah yang perlu dilakukan oleh Hai Beauty Bar dalam menjalankan usahanya.

d. Bagi Pembaca

Sebagai tambahan informasi dan referensi bagi bacaan masyarakat yang berminat melakukan penelitian pada bidang ini.