

Pengembangan Bisnis Metode Star dan Myelin Pada Usaha Silk Salon

Putri Indah Nurul Insani^{1)*}, Cecilia²⁾, Aletha Benita³⁾, Maya Malinda⁴⁾

^{1,2,3}. Mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha, ⁴Dosen Manajemen Universitas Kristen Maranatha

*1952166@eco.maranatha.edu

Abstraksi

Keberhasilan dalam dunia usaha dapat dicapai jika usaha tersebut dapat merespon perubahan lingkungan bisnis yang terjadi. Sehingga diharapkan bagi usaha yang dijalankan untuk menetapkan strategi - strategi perencanaan yang baru agar bisa bersaing dan mempertahankan eksistensinya serta menghindari berbagai permasalahan yang berkaitan dengan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Strategic Analysis, Target and Goal, Actions, Reality Check (STAR) dan Myelin. Penggunaan metode STAR akan memberikan sebuah peningkatan secara internal maupun eksternal terhadap suatu bisnis, sementara metode Myelin dapat memberikan kekuatan perubahan terhadap aksi nyata yang berhubungan dengan tujuan suatu perusahaan. Secara keseluruhan metode STAR dan Myelin ini dilakukan dengan membuat perencanaan dan pengembangan bisnis yang bertujuan untuk mengatasi kegagalan bisnis dan mengetahui resiko dari bisnis Silk Salon.

Kata Kunci : Metode STAR, Myelin, Bisnis Silk Salon

PENDAHULUAN

Keberhasilan dalam dunia usaha dapat dicapai jika usaha tersebut dapat merespon perubahan lingkungan bisnis yang terjadi. Sehingga setiap usaha yang dijalankan memerlukan rencana jangka pendek dan panjang. Perencanaan dalam sebuah usaha tentunya akan sangat membantu karena dengan rencana tersebut seorang pelaku usaha menjadi terarah dan mengetahui hal-hal yang perlu ia lakukan. Perencanaan dapat membantu menghindari kegagalan, karena pelaku usaha telah memperhitungkan resiko apa saja yang mungkin terjadi. Tetapi, suatu rencana kadang kala hanya dibuat saja tanpa adanya sebuah aksi nyata. Jika sebuah tindakan tidak dilakukan, maka perencanaan yang sudah dibuat menjadi sia-sia. Oleh sebab itu, pelaku usaha juga harus berorientasi pada tindakan. Sebelum melakukan perencanaan strategi tersebut hal terpenting yaitu dalam pelaksanaan persiapan sumber daya yang memadai karena untuk memasuki dunia bisnis bukan hanya modal kesiapan saja melainkan tindakan-tindakan menghadapi berbagai resiko.

Menurut Prayogo (2017) Persaingan di dalam bisnis sudah semakin kompetitif dan menuntut para pelaku usaha agar melakukan berbagai macam tindakan yang dapat membantu bisnis tersebut menjadi berkembang. Sehingga diharapkan bagi usaha yang dijalankan untuk melakukan tindakan-tindakan nyata agar bisa mengungguli perusahaan lain yang ada di bidang kecantikan dan mempertahankan eksistensinya. Selain itu, pelaku usaha diharapkan dapat mewujudkan tujuan bisnisnya melalui tindakan tersebut sehingga apa yang telah diimpikan menjadi sebuah kenyataan bukan sekedar angan-angan.

Perlu diketahui bahwa menjalankan bisnis kecantikan sebenarnya sangat menguntungkan. Diantara berbagai jenis salon, yang paling sering dijumpai adalah salon umum yang beroperasi di perumahan dan dijalankan oleh perorangan, menurut Coe (2020), karena salon sendiri merupakan penyediaan pelayanan yang selalu digunakan bagi pelanggan untuk mempercantik diri agar terlihat percaya diri di lingkungan umum. Menurut Sagala (2011), pada saat ini keberadaan salon sangat dibuthkan karena terutama dalam masa *Pandemic* karena merawat tubuh seperti rambut dan wajah sudah menjadi kebutuhan manusia khususnya kaum wanita, namun dikarenakan keadaan yang tidak

memungkinkan sehingga dalam jangka waktu lama banyak sekali masyarakat kurang merawat diri terutama wanita. Alat ukur yang dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis agar bisnis salon berjalan dengan baik perlu menggunakan metode Myelin yang lebih mengutamakan pelayanan kepada pelanggan, model bisnis ini merupakan metode populer yang digunakan oleh banyak usaha. Metode myelin membutuhkan usaha yang besar untuk mengembangkannya karena perlu adanya pelatihan sehingga tidak terjadi *miscommunication*. Manfaat metode myelin bagi sebuah perusahaan ternyata mampu menjelaskan kenapa satu perusahaan mampu beradaptasi terhadap guncangan krisis ekonomi sementara, lalu tidak sedikit perusahaan lain yang gulung tikar terutama di tengah kondisi *Pandemic Covid - 19* saat ini. Menurut Wijaya & Hanathasia (2012) Analisis dari pesaing juga dilakukan untuk menilai *competitor*. Sehingga strategi ini menguntungkan bagi para pelanggan dalam menghadapi suatu kondisi yang tidak terarahkan di masa saat ini ataupun masa yang akan datang.

STAR

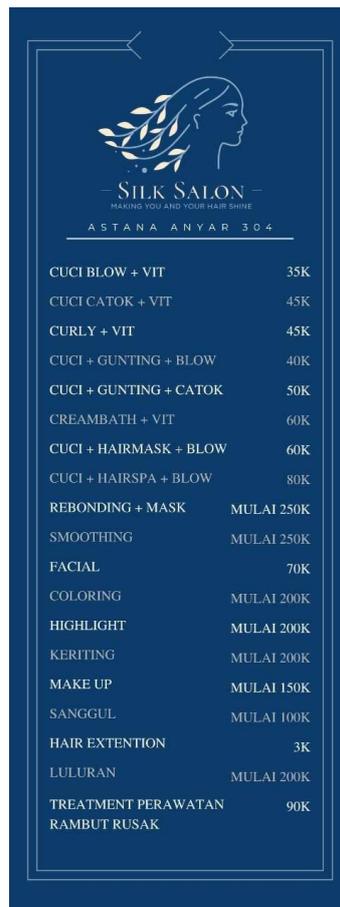
- *Strategic Analysis*

Strategi utama yang harus dilakukan dalam bisnis *Silk Salon* saat ini yaitu mempertahankan kondisi penjualan secara signifikan dikarenakan kondisi *pandemic* yang tidak stabil ini membuat penurunan drastis sehingga hal ini sangat berpengaruh besar bagi usaha tersebut. Strategi yang bisa dikembangkan adalah meningkatkan target pasar melalui media platform di era distrupsi ini. Jika suatu perusahaan sudah stabil dalam menjalankan usahanya maka keuntungan akan mengalir lebih cepat dan hal ini akan membantu meningkatkan fasilitas lebih modern karena ketika melihat dari segi pelanggan yang perlu diperhatikan adalah mengikuti kebutuhan sesuai *trend* saat ini.

Kemudian untuk target kedepannya bisnis *Silk Salon* perlu melakukan inovasi terhadap produk yang dijual. Menurut Hidayah (2021), apa yang terlihat dari suatu produk hal ini akan dinilai baik buruknya sebuah identitas perusahaan tersebut. Sehingga hal ini merupakan tujuan utama dalam bisnis *Silk Salon* agar bisa unggul dari bisnis pesaing dan meningkatkan kualitas salonnnya dengan suatu keunikannya tersendiri, seperti halnya pelayanan yang bisa dilakukan di rumah.

- *Targets and Goals*

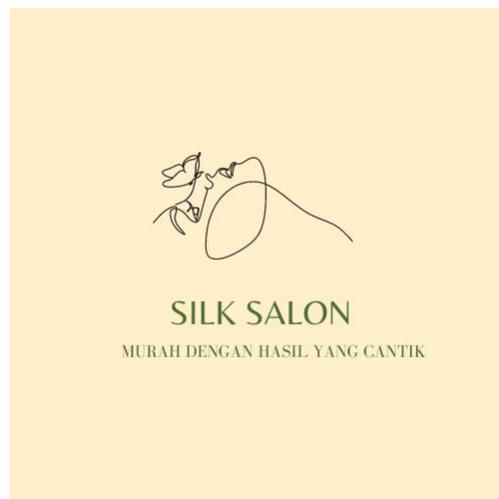
Target yang diharapkan yaitu *Silk Salon* dapat mempertahankan eksistensinya karena bisnis ini telah berjalan selama 17 tahun. Oleh karena itu, *Silk Salon* memiliki target untuk menarik pelanggan baru dan juga mempertahankan loyalitas pelanggan. Menurut Suryasari (2015), Secara umum kesetiaan pelanggan terhadap provider kemudian dapat didefinisikan sebagai sikap dan perilaku pelanggan untuk terus melanjutkan hubungan relasionalnya kepada *provider*. *Silk Salon* senantiasa meningkatkan kepuasan para pelanggan dengan terus meningkatkan pelayanan yang diberikan dan target selanjutnya *Silk Salon* mementingkan para karyawannya untuk memberikan kesejahteraan antar sesama seperti memberikan *reward* bagi pekerja yang berorientasi pada aturan.



The image shows a price list for Silk Salon, featuring a logo at the top with a woman's profile and the text 'SILK SALON - MAKING YOU AND YOUR HAIR SHINE - ASTANA ANYAR 304'. Below the logo is a list of services and their prices.

CUCI BLOW + VIT	35K
CUCI CATOK + VIT	45K
CURLY + VIT	45K
CUCI + GUNTING + BLOW	40K
CUCI + GUNTING + CATOK	50K
CREAMBATH + VIT	60K
CUCI + HAIRMASK + BLOW	60K
CUCI + HAIRSPA + BLOW	80K
REBONDING + MASK	MULAI 250K
SMOOTHING	MULAI 250K
FACIAL	70K
COLORING	MULAI 200K
HIGHLIGHT	MULAI 200K
KERITING	MULAI 200K
MAKE UP	MULAI 150K
SANGGUL	MULAI 100K
HAIR EXTENTION	3K
LULURAN	MULAI 200K
TREATMENT PERAWATAN RAMBUT RUSAK	90K

Gambar 1. Price List Silk Salon



Gambar 2. Logo Silk Salon

- *Actions*

Actions yang dilaksanakan Silk Salon adalah dengan menetapkan pricelist yang mengakomodir kebutuhan pelanggan. *Pricelist* di jelaskan di Gambar 1 yang diberikan disesuaikan dengan target pasar yaitu pelanggan menengah ke bawah, karena sebagian besar pelanggan yang datang ke *Silk Salon* adalah kelompok menengah ke bawah. Oleh karena itu, *pricelist* dibuat dengan harga yang ekonomis. *Silk Salon* lebih mengutamakan kepuasan pelanggan dengan cara pelayanan maksimal yang memberikan kesan baik tanpa

harus berkorban mengeluarkan biaya yang tinggi. Menurut Oscario (2013), Logo adalah elemen grafis yang berbentuk ideogram, simbol, emblem, ikon, tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah brand. Logo adalah atribut utama brand yang terlihat secara fisik. Namun logo yang baik juga harus dapat menampilkan semua atribut nonfisik yang merupakan jiwa dari brand (visi misi, nilai, budaya). Logo yang dibuat juga *simple* sehingga mudah untuk diingat di benak pelanggan disertai dengan slogan yang menggambarkan usaha itu sendiri yang menawarkan harga terjangkau dengan hasil dan pelayanan yang memuaskan. Wijaya & Hanathasia (2012). Logo *Silk Salon* terjelaskan di Gambar 2, menggunakan *tagline* “murah dengan hasil yang cantik”.

- *Reality Check*

Setelah *action* dilakukan dilanjutkan dengan *Reality Check*, menilai dan melihat kenyataan dari target pelanggan diharapkan dapat tercapai dengan maksimal karena ketika pelanggan mendapatkan kepuasan dalam pelayanan maka dengan harapan dari informasi yang telah diberikan. Pelanggan menjadi lebih percaya akan standar yang diberikan *Silk Salon* yang mengutamakan kepuasan pelanggan sesuai dengan metode STAR yang memiliki kunci untuk peningkatan strategi internal suatu perusahaan. Pada saat kepuasan itu terjadi maka pelanggan pun akan memberikan suatu keunggulan terhadap *Silk Salon* dengan begitu mereka akan mempromosikan lewat mulut ke mulut tanpa membutuhkan *effort* lebih.

Myelin

Menurut Kasali (2010), myelin memberikan kesadaran terhadap strategi baru yang harus dikembangkan sesuai dengan perilaku pelanggan yang terus berubah. *Silk Salon* harus membangun strategi untuk menarik pelanggan melalui pengalaman pelanggan. Dengan strategi yang disusun berdasarkan metode Myelin maka sebuah kecepatan informasi dan data yang dikirim akan lebih maksimal sesuai dengan fakta yang baru. Metode Myelin juga dapat membantu *Silk Salon* dalam membentuk kekuatan pengendalian strategi demi kemajuan perusahaan. Kekuatan dari *Silk Salon* sendiri sudah terjamin dari harga yang terjangkau dan alat-alat keperluan bisnisnya sudah cukup modern. Hal ini akan menjadikan sebuah peluang untuk mendapatkan target pelanggan dari berpenghasilan menengah ke bawah hingga kalangan atas, dari pernyataan di atas seluruh pekerja hanya perlu meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang unik kedepannya.

KAJIAN LITERATUR

Setiap organisasi mempunyai tujuan untuk mengetahui sebuah potensi pasar dari produk yang dimilikinya, sebagai acuan dari kesuksesan usahanya di dalam persaingan bisnis. Strategi yang perlu disiapkan terdiri atas keunggulan dari segi harga, keunggulan dalam kendali mutu, keunggulan manajemen waktu, fleksibilitas terhadap pelayanan, hubungan antar karyawan dan sebuah kelompok yang ada pada organisasi berpengaruh positif dan perkembangan terhadap kinerja dari pelaku usaha bisnis.

Perencanaan merupakan unsur penting dalam sebuah usaha. Adanya perencanaan menandakan bahwa usaha yang dijalankan dengan sungguh-sungguh. Selain itu, perencanaan bermanfaat untuk meneliti prospek dari aktivitas usaha itu sendiri. Metode yang digunakan adalah metode STAR, metode ini berisi perencanaan bisnis yang terdiri dari *Strategic Analysis, Targets and Goals, Action, dan Reality Check*. Metode ini dapat membantu usaha yang dijalankan melalui perencanaan, karena apabila sebuah usaha tidak memiliki rencana maka usaha tersebut tidak memiliki sebuah sasaran. Perusahaan juga

perlu menetapkan strategi bisnis serta menetapkan target dan goal apa yang ingin dicapai melalui aksi yang dilakukan, kemudian perusahaan perlu melakukan evaluasi dengan mengecek apakah strategi yang telah diterapkan memiliki dampak yang baik bagi perkembangan usahanya. Sehingga pelaku usaha dapat mengetahui pertumbuhan, fokus, target pasar, target keuntungan, serta peluang mendapatkan keuntungan dari usaha yang dijalankan.

Keberhasilan dari sebuah usaha didukung oleh Myelin atau *muscle memory*. Myelin merupakan sumber talenta yang dibentuk melalui *deep practice*. Dengan *muscle memory*, pelaku usaha akan membuka pikirannya bahwa mereka tidak bisa mengandalkan otaknya saja. Pelaku usaha akan berorientasi pada tindakan, membentuk budaya disiplin, dan memperhatikan nilai dan kinerja dari usaha yang dijalankan. Jika pelaku usaha mengandalkan *brain memory* maka usaha yang dijalankan hanya berfokus untuk memperoleh kekayaan dan tidak akan melakukan inovasi, sehingga usaha tersebut akan bergerak lambat. Apabila usaha hanya berfokus pada *muscle memory* saja maka usaha akan bergerak cepat dan gesit namun kekurangannya belum menghasilkan hal yang baik. Oleh karena itu, keduanya harus digunakan secara bersamaan untuk meraih keberhasilan. Kasali (2010).

METODE PENELITIAN

Fenomena yang terjadi di *Silk Salon* yaitu keinginan pelanggan untuk menjalani perawatan di rumah masing - masing karena terhalang pandemi yang membatasi masyarakat untuk beraktivitas di luar rumah, hal ini seringkali membuat pelanggan kecewa karena tidak bisa mendapatkan pelayanan sesuai keinginan mereka. Permasalahan lainnya juga terus menerus muncul dari segi distribusi produk melalui *supplier* salon yang mengurangi dan menghapus beberapa produk karena terkendala tingkat laba yang terus menurun selama masa pandemi, sehingga sulit untuk mendapatkan produk lama yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan salon. Agar dapat mengatasi permasalahan yang terjadi pada *Silk Salon* diputuskan agar penulis menggunakan metode dalam penelitian ini yaitu metode Myelin karena semua kegiatan yang berlangsung akan memberikan respon tertentu yang menghubungkan proses kinerja *Silk Salon* dengan pelanggan atau *supplier* produk berkualitas hingga menciptakan suatu branding. Fungsi lain yang diberikan metode myelin terhadap fenomena *Silk Salon* adalah dengan menjalankan aksi yang berpotensi menjalankan sebuah pengembangan usaha lebih cepat dari sebelumnya. Lalu aspek lainnya yang bisa diambil dari kedua strategi tersebut yaitu bagaimana mengatur sumber daya karyawan dengan cara memberikan pelatihan khusus agar mereka dapat menciptakan potensi kinerja untuk menghasilkan pelayanan yang berkualitas dan bermutu. Menurut Burhan (2012), ketika karyawan permasalahan dalam bekerja sama pihak atasan perlu *reward* untuk usaha mereka mengembangkan dan membangun tim. Beri mereka tanggung jawab *real* untuk mencapai hasil, merekrut anggota tim dan mengelola *budget*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian yang diatas yaitu jika usaha mengalami kerugian maka usaha tersebut harus dibenahi untuk menghasilkan sebuah keuntungan. Caranya dapat dilakukan menggunakan metode Star atau metode Myelin dalam strategi perusahaan yang berprestasi penuh pada inovasi. Menurut Mahardika (2022), Menurutnya inovasi akan produk-produk yang bertema dan skema menarik dapat meningkatkan daya saing.

Penggunaan metode STAR akan menciptakan keunggulan tersebut untuk jangka panjang bagi perusahaan terutama *Silk Salon* karena selalu melihat dari penyesuaian segi pelanggan, pasar, dan interaksi lainnya seperti akan halnya untuk menciptakan suatu produk maka pelaku usaha perlu meneliti dari berbagai aspek. Penggunaan metode Myelin juga berguna untuk memberikan tambahan keuntungan dari promosi yang dilakukan *Silk Salon* sehingga kemajuan teknologi bisnis begitu cepat dan memiliki riset pasar yang akan berjalan dengan efektif. Kedua metode yang dilakukan dapat membantu *Silk Salon* dalam menentukan strategi yang didasarkan atas tujuan utama dari usaha itu sendiri, sehingga dapat mewujudkan tujuan dan harapan yang mendukung perkembangan usaha melalui berbagai tindakan yang dilakukan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah disampaikan, penulis menarik kesimpulan dari hasil penelitian bahwa untuk pengembangan suatu bisnis dengan menggunakan Metode STAR dan Myelin diharapkan bagi pelaku bisnis dapat mendalami seluruh kebutuhan usahanya seperti menyediakan bahan baku dengan kualitas terbaik lalu dari berbagai aspek seperti sumber daya manusia karyawannya, fasilitas alat-alat kebutuhan salon lainnya. Diharapkan dengan menggunakan kedua metode ini pelaku bisnis memahami pengembangan bisnis untuk tetap bertahan karena jika usaha ini dapat berkembang maka banyak hal yang akan di dapat oleh pelaku bisnis seperti mendapatkan kepercayaan penuh dari pelanggan hingga menciptakan kerja sama bagi pengusaha salon lainnya sehingga *Silk Salon* bisa dikenal lebih luas oleh pelanggan.

REFERENSI

- Burhan, F. (2012). "Strategi Untuk Para Ceo Yang Ingin Mempertahankan STAR Performer Manajemen Perusahaan." <https://www.trainingpemasaransurabaya.com/strategi-untuk-parceo-yang-ingin-mempertahankan-star-performer-manajemen-perusahaan/>
- Coe, C. (2020). Business Plan Bisnis Salon Kecantikan "DAILY SALON" Di Jakarta. Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan.
- Hidayah, P. (2021). "Strategi Pemasaran Melalui Perbaikan Identitas Brand agar Bisnis Makin Melesat". <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pengembangan-diri/strategi-pemasaran-melalui-perbaikan-identitas-brand-agar-bisnis-makin-melesat>
- Kasali, R. (2010). MYELIN: Mobilisasi Intangibles Menjadi Kekuatan Perubahan. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. Vol 5.
- Mahardika, L. (2022). "Targetkan Pertumbuhan AUM 50 Persen, Ini Strategi Star AM Tahun 2022 ". <https://market.bisnis.com/read/20220322/92/1513881/targetkan-pertumbuhan-aum-50-persen-ini-strategi-star-am-tahun-2022>.
- Oscario, A. (2013) "Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand." 194 HUMANIORA Vol.4

- Suryasari, P. (2015). “Perancangan Model Dan Strategi Loyalitas Pelanggan Pada Industri Jasa Di Indonesia.”
- Prayogo, A. (2017). “Inovasi Pada Salon Kristiana Di Mojosari “. AGORA Vol. 5, No. 3. <https://media.neliti.com/media/publications/135950-ID-inovasi-jasa-pada-salon-kristiana-di-moj.pdf>
- Sagala, E. (2011). “ Perencanaan Bisnis Pada Usaha “ RHYA SALON. <https://123dok.com/document/wq2nvg2q-perencanaan-bisnis-pada-usaha-rhya-salon.html>.
- Wijaya, B. S., Hanathasia, M. (2012) Analisis Branderpreneurship Pada UKM Perawatan Kecantikan: Kasus Salon "Waxing Corner". In: Proceeding ‘Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis II 2012 ’ (SNKIB II 2012), 18 September 2012, Universitas Tarumanagara Jakarta.