

Analisis Pengambilan Keputusan Manajerial Dalam Pengembangan Usaha Salon Kecantikan

Ade Asminaria Sihombing¹, Nidia Izmi Azizah Batubara², Pintar Rohsangapta Padang³, Wanda Syakinah⁴

Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

adesihombing776@gmail.com¹, nidiaizminidia@gmail.com²,
padangpintar@gmail.com³, wandasyakinah13@gmail.com⁴

ABSTRACT

This study aims to analyze managerial decision-making in the development of beauty salon businesses and to identify the factors that influence the success of the business strategies implemented. In an increasingly competitive market, salon owners are required to make appropriate decisions regarding resource management, service quality improvement, product innovation, marketing strategies, and financial management. This research employs a descriptive qualitative approach by examining various managerial aspects that contribute to business growth. Data were collected through observation, interviews, and documentation related to business operations. The findings indicate that decision-making based on market analysis, customer needs, and business performance evaluation can enhance competitiveness and support sustainable business development. Furthermore, managerial capabilities in managing change, utilizing technology, and building strong customer relationships are essential factors in achieving business objectives. Therefore, the implementation of effective and well-planned managerial decision-making can serve as a key strategy in supporting the success and growth of beauty salon businesses.

Keyword: managerial decision-making, business development, beauty salon, business strategy, business management.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pengambilan keputusan manajerial dalam pengembangan usaha salon kecantikan serta faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan strategi bisnis yang diterapkan. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, pemilik salon dituntut untuk mampu mengambil keputusan yang tepat terkait pengelolaan sumber daya, peningkatan kualitas layanan, inovasi produk, strategi pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan mengkaji berbagai aspek manajerial yang berperan dalam mendukung pertumbuhan usaha salon kecantikan. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, serta studi dokumentasi yang berkaitan dengan operasional usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis kondisi pasar, kebutuhan konsumen, dan evaluasi kinerja usaha mampu meningkatkan daya saing serta mendukung perkembangan bisnis secara berkelanjutan. Selain itu, kemampuan

manajerial dalam mengelola perubahan, memanfaatkan teknologi, dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan menjadi faktor penting dalam mencapai tujuan usaha. Oleh karena itu, penerapan pengambilan keputusan yang efektif dan terencana dapat menjadi salah satu strategi utama dalam mendukung keberhasilan dan pertumbuhan usaha salon kecantikan.

Kata Kunci: pengambilan keputusan manajerial, pengembangan usaha, salon kecantikan, strategi bisnis, manajemen usaha.

PENDAHULUAN

Salon kecantikan merupakan salah satu sektor usaha yang terus mengalami perkembangan seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap perawatan diri dan penampilan. Salon kecantikan tidak lagi dipandang hanya sebagai tempat untuk memperoleh layanan kecantikan, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Kondisi ini menciptakan peluang yang besar bagi pelaku usaha salon kecantikan untuk mengembangkan bisnisnya. Namun, di sisi lain, meningkatnya jumlah pelaku usaha dalam bidang yang sama menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat, sehingga diperlukan strategi pengelolaan yang tepat agar usaha dapat bertahan dan berkembang.

Dalam menghadapi persaingan tersebut, pengambilan keputusan manajerial menjadi salah satu aspek penting yang menentukan keberhasilan pengembangan usaha. Pengambilan

keputusan manajerial merupakan proses memilih alternatif tindakan yang dianggap paling efektif untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Pada usaha salon kecantikan, keputusan manajerial dapat mencakup berbagai bidang, seperti penentuan jenis layanan yang ditawarkan, pengelolaan sumber daya manusia, strategi pemasaran, pengadaan peralatan dan produk kecantikan, serta pengelolaan keuangan usaha. Keputusan yang tepat akan membantu usaha meningkatkan kualitas pelayanan, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan keuntungan.

Pengembangan usaha salon kecantikan memerlukan kemampuan manajerial yang baik karena lingkungan bisnis yang dinamis menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan perubahan kebutuhan konsumen dan perkembangan tren kecantikan. Selain itu, kemajuan teknologi digital juga mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi dan

komunikasi dengan pelanggan. Oleh karena itu, setiap keputusan yang diambil harus didasarkan pada pertimbangan yang rasional, informasi yang memadai, serta analisis terhadap peluang dan risiko yang mungkin terjadi.

Meskipun pengambilan keputusan memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan usaha, tidak semua pelaku usaha mampu melaksanakan proses tersebut secara optimal. Keterbatasan informasi, pengalaman, sumber daya, maupun kondisi pasar yang tidak menentu sering kali menjadi kendala dalam menentukan keputusan yang tepat. Akibatnya, keputusan yang kurang efektif dapat menghambat pertumbuhan usaha dan mengurangi daya saing perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang mendalam mengenai bagaimana proses pengambilan keputusan manajerial dilakukan dalam pengembangan usaha salon kecantikan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengambilan keputusan manajerial dalam pengembangan usaha salon kecantikan. Analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai proses pengambilan keputusan yang

diterapkan, faktor-faktor yang memengaruhi keputusan manajerial, serta dampaknya terhadap perkembangan usaha. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha salon kecantikan dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha dan mencapai keberhasilan bisnis yang berkelanjutan.

KAJIAN PUSTAKA

1. Pengambilan Keputusan Manajerial
Pengambilan keputusan manajerial merupakan proses memilih alternatif tindakan terbaik untuk mencapai tujuan organisasi atau usaha. Dalam konteks bisnis, keputusan yang diambil oleh manajer akan memengaruhi keberlangsungan operasional, efisiensi penggunaan sumber daya, serta kemampuan perusahaan dalam menghadapi persaingan. Menurut teori manajemen, proses pengambilan keputusan meliputi identifikasi masalah, pengumpulan informasi, analisis alternatif, pemilihan solusi terbaik, serta evaluasi hasil keputusan yang telah diterapkan. Keputusan yang efektif harus didasarkan pada data yang akurat, pertimbangan yang rasional, dan kemampuan manajer dalam

mengantisipasi risiko yang mungkin terjadi.

Pada usaha salon kecantikan, pengambilan keputusan manajerial mencakup berbagai aspek, seperti penentuan jenis layanan, perekrutan tenaga kerja, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, serta pemanfaatan teknologi dalam pelayanan pelanggan. Keberhasilan suatu salon sangat dipengaruhi oleh kemampuan pemilik atau manajer dalam mengambil keputusan yang tepat sesuai dengan kondisi pasar dan kebutuhan konsumen.

2. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha merupakan serangkaian upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja, memperluas pasar, dan menciptakan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Pengembangan usaha tidak hanya berfokus pada peningkatan keuntungan, tetapi juga pada peningkatan kualitas produk atau jasa, inovasi layanan, dan peningkatan kepuasan pelanggan. Dalam teori manajemen strategis, pengembangan usaha dapat dilakukan melalui diversifikasi produk, ekspansi pasar, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta pemanfaatan teknologi informasi.

Bagi usaha salon kecantikan, pengembangan usaha dapat diwujudkan melalui penambahan layanan perawatan, penggunaan peralatan modern, peningkatan kompetensi karyawan, serta penerapan strategi promosi yang efektif. Upaya tersebut bertujuan untuk meningkatkan daya saing usaha dan mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri kecantikan yang semakin berkembang.

3. Manajemen Usaha Salon Kecantikan

Manajemen usaha salon kecantikan merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian seluruh aktivitas bisnis salon agar tujuan usaha dapat tercapai secara efektif dan efisien. Pengelolaan yang baik mencakup pengaturan sumber daya manusia, pengelolaan keuangan, pengadaan peralatan dan bahan perawatan, serta pengelolaan hubungan dengan pelanggan. Manajemen yang efektif akan membantu salon dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan.

Selain itu, manajemen salon juga harus mampu beradaptasi dengan perubahan tren kecantikan dan perkembangan teknologi. Penggunaan sistem reservasi online, pemasaran

digital melalui media sosial, serta layanan konsultasi kecantikan berbasis teknologi menjadi contoh inovasi yang dapat mendukung perkembangan usaha salon. Oleh karena itu, kemampuan manajerial yang baik menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha salon kecantikan.

4. Hubungan Pengambilan Keputusan Manajerial dengan Pengembangan Usaha Salon Kecantikan

Pengambilan keputusan manajerial memiliki hubungan yang erat dengan pengembangan usaha salon kecantikan. Keputusan yang tepat dapat membantu pemilik usaha dalam menentukan strategi bisnis yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan kondisi persaingan. Sebaliknya, keputusan yang kurang tepat dapat menghambat pertumbuhan usaha dan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan.

Dalam pengembangan usaha salon kecantikan, keputusan terkait inovasi layanan, investasi peralatan, strategi pemasaran, dan pengelolaan sumber daya manusia menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan usaha. Oleh karena itu, proses pengambilan keputusan yang sistematis dan berbasis informasi yang akurat sangat diperlukan untuk mendukung

pertumbuhan usaha yang berkelanjutan serta meningkatkan daya saing salon di industri kecantikan.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan tersebut dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami dan menggambarkan secara mendalam proses pengambilan keputusan manajerial dalam pengembangan usaha salon kecantikan. Melalui pendekatan deskriptif, peneliti dapat mengkaji berbagai fenomena yang terjadi dalam pengelolaan usaha, termasuk faktor-faktor yang menjadi pertimbangan manajer atau pemilik salon dalam menentukan strategi pengembangan bisnis.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada salah satu usaha salon kecantikan yang dijadikan sebagai objek penelitian. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa salon tersebut aktif menjalankan kegiatan usaha dan melakukan berbagai upaya

pengembangan bisnis. Penelitian dilaksanakan dalam rentang waktu yang disesuaikan dengan kebutuhan pengumpulan data dan proses analisis penelitian.

Subjek dan Informan Penelitian

Subjek penelitian terdiri atas pemilik salon, manajer operasional, dan beberapa karyawan yang terlibat langsung dalam kegiatan pengelolaan usaha. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu memilih individu yang dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman terkait proses pengambilan keputusan manajerial dalam usaha salon kecantikan. Informan yang dipilih diharapkan mampu memberikan informasi yang relevan dan mendalam sesuai dengan tujuan penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari informan melalui wawancara dan observasi lapangan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, dokumen usaha, laporan keuangan, arsip perusahaan, serta literatur yang berkaitan dengan

manajemen usaha dan pengambilan keputusan.

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari informan melalui wawancara dan observasi lapangan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, dokumen usaha, laporan keuangan, arsip perusahaan, serta literatur yang berkaitan dengan manajemen usaha dan pengambilan keputusan.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif yang terdiri dari tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan informasi yang diperoleh dari lapangan sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi deskriptif agar lebih mudah dipahami. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian mengenai pengambilan keputusan manajerial

dalam pengembangan usaha salon kecantikan.

Uji Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penggunaan triangulasi bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas dan validitas data sehingga hasil penelitian dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Prosedur Penelitian

Penelitian dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu tahap persiapan, tahap pengumpulan data, tahap analisis data, dan tahap penyusunan laporan penelitian. Pada tahap persiapan, peneliti melakukan identifikasi masalah, studi literatur, dan penyusunan instrumen penelitian. Tahap pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi di lokasi penelitian. Setelah data terkumpul, peneliti melakukan analisis data secara sistematis untuk memperoleh temuan penelitian. Tahap terakhir adalah

penyusunan laporan penelitian yang memuat hasil analisis, pembahasan, kesimpulan, dan rekomendasi yang berkaitan dengan pengambilan keputusan manajerial dalam pengembangan usaha salon kecantikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan pada usaha salon kecantikan, ditemukan bahwa pengambilan keputusan manajerial memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pengembangan usaha. Berdasarkan hasil observasi, salon menghadapi beberapa kendala dalam pengembangan usaha, seperti meningkatnya persaingan dengan salon lain, perubahan tren kecantikan yang cepat, serta keterbatasan promosi yang menyebabkan jumlah pelanggan belum mengalami peningkatan yang signifikan.

Pemilik salon secara aktif melakukan berbagai pertimbangan sebelum mengambil keputusan, terutama yang berkaitan dengan peningkatan kualitas layanan, penentuan harga jasa, pengadaan peralatan kecantikan, serta strategi pemasaran. Keputusan-keputusan tersebut umumnya didasarkan pada kebutuhan pelanggan, kondisi

persaingan pasar, serta kemampuan finansial usaha.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa salah satu strategi yang diterapkan dalam pengembangan usaha adalah melakukan inovasi layanan sesuai dengan tren kecantikan yang berkembang. Salon tidak hanya menyediakan layanan dasar seperti potong rambut dan perawatan wajah, tetapi juga menambah layanan lain yang lebih modern untuk menarik minat pelanggan. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi terbukti mampu meningkatkan jangkauan pemasaran dan memperluas jumlah pelanggan. Penggunaan platform digital juga mempermudah komunikasi antara pihak salon dengan konsumen dalam melakukan reservasi maupun memberikan informasi mengenai layanan yang tersedia. Keputusan untuk memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business terbukti meningkatkan komunikasi dengan pelanggan serta mempermudah proses reservasi layanan. Melalui platform tersebut, pelanggan dapat memperoleh informasi mengenai jenis layanan, harga, promo, dan jadwal ketersediaan layanan secara lebih cepat. Kondisi ini membantu salon

meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus memperluas jangkauan pemasaran kepada calon pelanggan baru.

Temuan ini juga didukung oleh penelitian Rahayu dan Day (2017) yang menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran dapat meningkatkan daya saing usaha melalui perluasan akses pasar dan peningkatan hubungan dengan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai sarana promosi memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha salon kecantikan. Melalui platform digital seperti Instagram dan WhatsApp Business, salon dapat menjangkau calon pelanggan yang lebih luas, menyampaikan informasi layanan secara cepat, serta mempermudah proses komunikasi dan reservasi. Selain meningkatkan efektivitas pemasaran, penggunaan teknologi digital juga membantu salon membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan melalui interaksi yang berkelanjutan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keputusan manajerial yang adaptif terhadap perkembangan teknologi mampu memberikan nilai tambah bagi usaha serta meningkatkan kemampuan salon

dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.

Dalam aspek sumber daya manusia, pemilik salon secara rutin memberikan pelatihan kepada karyawan guna meningkatkan keterampilan dan kualitas pelayanan. Upaya tersebut dilakukan karena kualitas pelayanan dianggap sebagai faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pelanggan cenderung kembali menggunakan jasa salon apabila memperoleh pelayanan yang ramah, profesional, dan sesuai dengan harapan mereka.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik salon, pelatihan karyawan dilakukan secara berkala untuk meningkatkan kemampuan teknis dan keterampilan komunikasi dalam melayani pelanggan. Pemilik salon mengungkapkan bahwa setelah pelatihan diberikan, karyawan menjadi lebih percaya diri dalam memberikan pelayanan dan lebih mampu memahami kebutuhan pelanggan. Beberapa pelanggan juga menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan terasa lebih profesional dan memuaskan dibandingkan sebelumnya. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan

manajerial dalam pengembangan sumber daya manusia memberikan dampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan

Dari sisi pengelolaan keuangan, salon menerapkan pencatatan sederhana terhadap pemasukan dan pengeluaran usaha. Informasi keuangan tersebut digunakan sebagai dasar dalam menentukan keputusan investasi, seperti pembelian alat kecantikan baru, pengembangan fasilitas salon, maupun kegiatan promosi. Dengan adanya pengelolaan keuangan yang teratur, pemilik usaha dapat mengontrol biaya operasional dan mengoptimalkan keuntungan yang diperoleh.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengambilan keputusan manajerial menjadi faktor penting dalam menentukan arah perkembangan usaha salon kecantikan. Temuan ini sejalan dengan teori manajemen yang menyatakan bahwa keberhasilan suatu usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan manajer dalam memilih alternatif tindakan yang paling efektif untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks salon kecantikan, keputusan yang berkaitan dengan layanan, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan terbukti

memberikan dampak langsung terhadap kinerja usaha.

Keputusan untuk melakukan inovasi layanan merupakan salah satu bentuk strategi pengembangan usaha yang efektif. Perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen menuntut pelaku usaha untuk terus beradaptasi dengan perkembangan pasar. Dengan menyediakan layanan yang lebih beragam dan mengikuti tren kecantikan, salon dapat meningkatkan daya saingnya dibandingkan dengan usaha sejenis. Inovasi juga menjadi sarana untuk menciptakan nilai tambah yang mampu menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama. Pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran menunjukkan bahwa pengambilan keputusan yang berbasis perkembangan teknologi dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi usaha. Media sosial memungkinkan salon menjangkau konsumen secara lebih luas dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan metode promosi konvensional. Selain itu, interaksi yang lebih cepat dengan pelanggan dapat meningkatkan efektivitas pelayanan dan membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen.

Aspek sumber daya manusia juga menjadi bagian penting dalam proses pengambilan keputusan manajerial. Peningkatan kompetensi karyawan melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan. Karyawan yang memiliki kemampuan teknis dan komunikasi yang baik akan mampu memberikan pengalaman positif kepada pelanggan, sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap salon.

Dari perspektif keuangan, keputusan yang didasarkan pada informasi keuangan yang akurat membantu pemilik usaha dalam menentukan prioritas pengembangan bisnis. Pengelolaan keuangan yang baik memungkinkan usaha untuk mengalokasikan sumber daya secara lebih efektif dan mengurangi risiko kerugian. Oleh karena itu, keberhasilan pengembangan usaha salon kecantikan tidak hanya bergantung pada kemampuan menyediakan layanan yang berkualitas, tetapi juga pada kemampuan manajerial dalam mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis kondisi internal dan eksternal usaha.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa

pengambilan keputusan manajerial yang sistematis, terencana, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan menjadi faktor utama dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha salon kecantikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Purnomo (2019) yang menyatakan bahwa pengambilan keputusan yang didasarkan pada informasi pasar mampu meningkatkan efektivitas pengembangan usaha. Dalam penelitian ini, keputusan yang berkaitan dengan inovasi layanan, pemanfaatan media sosial, pengembangan sumber daya manusia, dan pengelolaan keuangan terbukti memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan usaha salon kecantikan. Semakin baik kualitas keputusan yang diambil oleh manajemen, semakin besar pula peluang usaha untuk berkembang, meningkatkan daya saing, serta mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan manajerial memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pengembangan usaha salon kecantikan.

Keputusan yang diambil oleh pemilik atau manajer terkait inovasi layanan, strategi pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia, serta pengelolaan keuangan terbukti berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha. Kemampuan dalam menganalisis kebutuhan pelanggan, kondisi pasar, dan potensi usaha menjadi dasar utama dalam menghasilkan keputusan yang efektif dan tepat sasaran.

Selain itu, penerapan strategi yang berorientasi pada peningkatan kualitas pelayanan dan pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan daya saing salon di tengah persaingan industri kecantikan yang semakin berkembang. Pengelolaan usaha yang didukung oleh proses pengambilan keputusan yang terencana dan berbasis informasi juga membantu menciptakan pertumbuhan usaha yang berkelanjutan. Dengan demikian, keberhasilan pengembangan usaha salon kecantikan sangat dipengaruhi oleh kualitas keputusan manajerial yang diterapkan dalam menjalankan aktivitas bisnis.

SARAN

Bagi pemilik dan pengelola salon kecantikan, disarankan untuk terus meningkatkan kemampuan manajerial

dalam proses pengambilan keputusan dengan memanfaatkan informasi yang akurat, melakukan evaluasi usaha secara berkala, serta mengikuti perkembangan tren dan kebutuhan konsumen. Selain itu, penggunaan teknologi digital dalam pemasaran dan pelayanan perlu terus dioptimalkan agar usaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk mengembangkan kajian yang lebih mendalam mengenai pengambilan keputusan manajerial pada sektor jasa kecantikan. Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (mixed methods) dengan cakupan sampel yang lebih luas sehingga diperoleh hasil yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan pengembangan usaha salon kecantikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Purnomo, R. A. (2017). Analisis pengambilan keputusan manajerial dalam pengembangan usaha kecil dan menengah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(2), 45–56.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Handoko, T. H. (2018). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, M. S. P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara..
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education..
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2021). *Management* (15th ed.). New York: Pearson..
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta..
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). *Pemanfaatan Digital*

- Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Rahayu, R., & Day, J. (2015). Determinant Factors of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Country: Evidence from Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 142–150. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.423>
- Susanti, E., & Putra, A. (2022). Strategi pengembangan usaha berbasis analisis SWOT pada UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 87–98..
- Ningsih, C., & Handayani, T. (2023). Pengaruh pengambilan keputusan manajerial terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 145–156.
- <https://doi.org/10.31289/jeb.v12i2.xxxx>.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Kholik & Hijrina (2026) → untuk pembahasan pengambilan keputusan manajerial..
- Rahmantari, N. L., Utari, N. K. M., & Putra, I. P. D. S. (2023). Strategi pengembangan UMKM dengan metode SWOT dan QSPM pada UMKM Freshy Salad. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2). <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i2.7206>
- Wardana & Fauziah (2025) → untuk pembahasan Instagram, WhatsApp Business, dan pemasaran digital.
- Maulana (2025) → untuk pembahasan strategi pengembangan usaha.
- Shayna, S. D., & Amalia, S. (2021). Strategi pengembangan usaha kedai kopi. *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman*, 7(4).DOI: <https://doi.org/10.29264/jiem.v7i4.9391>