

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor di bidang jasa mengalami pertumbuhan yang amat pesat. Hal ini didorong oleh meningkatnya taraf hidup seiring dengan kemajuan perekonomian global dan berkembang pesatnya teknologi informasi. Banyak peluang bisnis yang muncul dari sektor ini, Demikian pula halnya kesempatan kerja semakin meluas. Kini setiap konsumen tidak lagi sekedar membeli suatu produk, tetapi juga segala aspek jasa atau pelayanan yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap pra pembelian hingga tahap *pasca* beli. Salah satu bisnis jasa yang berkembang pesat akhir-akhir ini adalah jasa kecantikan atau disebut juga dengan salon kecantikan. Salon kecantikan merupakan sarana pelayanan umum untuk memelihara kecantikan khususnya memelihara dan merawat kulit maupun rambut, dengan menggunakan berbagai macam kosmetik.

“Industri jasa salon kecantikan disebut juga industri *repeat business*, yang berarti usaha tersebut mengandalkan para pelanggan untuk kembali secara teratur kesalon tersebut disamping itu terus menerus mencari pelanggan baru”¹ Salon di Jakarta tumbuh dan berkembang sesuai dengan kemajuan zaman dan teknologi modern. Hal ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat baik wanita maupun pria yang ingin sehat. Kebutuhan serta gaya hidup wanita maupun

¹ Tjipto, Fandy. *Total Quality Management (TMQ) Edisi Revisi 1*, (Yogyakarta: Andi,2003) h.49

pria hampir sama. Untuk itulah mereka berusaha merawat keindahan dan kesehatan kulit, rambut, serta perawatan yang lain demi menunjang penampilan mereka. Sehingga mereka membutuhkan pengetahuan yang luas dalam membuat penampilan mereka secepat mungkin serta enak untuk dipandang. Para konsumen ini mendapatkan pengetahuan tentang perawatan melalui media elektronik maupun cetak. Pengetahuan perawatan meliputi bagaimana mereka menjaga kesehatan dan kecantikan tubuh dari ujung rambut hingga ujung kepala.

Pengetahuan masing-masing individu berbeda-beda dari satu dengan yang lainnya. Banyak faktor yang mempengaruhi pengetahuan tersebut. Begitu pun dengan pengetahuan tentang terapi *ear candle*. Masyarakat belum banyak mengetahui tentang terapi *ear candle* ini. Karena terapi *ear candle* ini baru memasyarakat pada tahun 2008. Hingga saat ini terapi *ear candle* pun masih pro dan kontra. Ada yang menganggap perawatan ini baik dan ada yang menganggap tidak baik. Untuk itulah para konsumen dibutuhkan untuk banyak mengetahui tentang perawatan ini.

Mereka senang memanjakan dirinya dari rutinitas kerja di tempat atau salon-salon kecantikan. Mereka memanjakan diri mulai dari perawatan rambut, kulit bahkan mereka pun mencoba dengan perawatan telinga. Kulit mulus bentuk wajah yang ideal rasanya tidak lengkap jika tidak memperhatikan kebersihan, dan kesehatan seperti rambut, badan serta kebersihan telinga, Karena kesehatan, kebersihan, kecantikan adalah modal utama, dalam kehidupan. Sekarang Salon kecantikan tidak hanya

menyediakan perawatan rambut atau kulit saja. Salon kecantikan juga menyediakan perawatan telinga atau juga disebut dengan terapi *ear candle*.

Terapi *Ear candle* merupakan jenis perawatan telinga yang dapat membersihkan rongga telinga dari kotoran, terapi ini juga mampu menyembuhkan berbagai keluhan penyakit. Bahkan stress dan depresi penyebab keriput dan jerawat pun bisa teratasi. Terapi *Ear candle* ini bukan hal baru di dunia kesehatan. *Candle* produk yang digunakan saat itu terbuat dari kulit jagung yang dilapisi sarang lebah.

Dengan adanya perkembangan zaman dan gaya hidup terapi *ear candle* ini bukan hanya bermanfaat bagi kesehatan saja, tetapi bermanfaat untuk kecantikan.

Saat ini bahan yang di gunakan pengganti kulit jagung yaitu linen. *Candle* bentuknya hanya seperti lilin biasa hanya saja bagian tengah nya berlubang seperti sedotan minuman, yang mempunyai diameter 1,5cm dan panjang 20cm. *Candle* terbuat dari sarang lebah, kain linen, *chamomile* dan sage yang dapat membunuh kuman di dalam telinga.²

Manfaat *ear candle* terapi secara umum adalah membersihkan kotoran telinga, dapat menghilangkan insomnia, vertigo, mengatasi infeksi telinga, mempertajam pendengaran, mengatasi sulit tidur, mengurangi sinusitis, mengatasi telinga berdengung, menyembuhkan asma, batuk serta flu, serta melegakan pernafasan.³

Selain membersihkan kotoran telinga, terapi *ear candle* memiliki banyak fungsi selain kesehatan terapi *ear candle* pun mempunyai kegunaan untuk kecantikan. Kesehatan merupakan kemauan yang menggerakkan jiwa untuk

² Sudarsono Eryca. *Candle Healing Penyembuhan Dengan Teapi Lilin*. (Tangerang:Saraswati Inner Studies)H. 11

³ Wikipedia. 2010. *Manfaat Ear Candle Terapi*. [terhubung berkala] [http:// www.wikipedia.org/wiki/manfaat_ear_candle_terapi](http://www.wikipedia.org/wiki/manfaat_ear_candle_terapi) [1 agustus 2010].

hidup lebih optimal. Jiwa yang sehat akan menjadikan tubuh yang sehat juga. Jiwa sangat mempengaruhi kehidupan seseorang untuk sehat atau tidak. Potensi tekanan terhadap jiwa akan mendorongnya merosotnya kesehatan seseorang. Kesehatan telinga merupakan pusat keseimbangan tubuh, telinga memiliki bagian-bagian yang harus diperhatikan.

“Telinga bagian luar terdiri atas daun telinga dan selaput gendang. Bagian tengah telinga terdiri atas selaput gendang hingga batas otak. Dan telinga bagian dalam terdiri atas alat pendengaran dan alat keseimbangan. Pada telinga juga terdapat syaraf pengatur metabolisme tubuh.”⁴ Di telinga luar berkumpul kelenjar minyak. Kotoran kuping seperti daki yang ada di sekitar kuping adalah endapan minyak yang dikeluarkan oleh kelenjar tersebut. Kotoran kuping dapat keluar dengan sendirinya dengan mekanisme otot pipi saat mengunyah makanan, sehingga kita tidak perlu membersihkan kuping dengan *cotton bud*, karena dengan cara seperti itu akan terperangkap dalam cekungan telinga yang berbentuk seperti huruf “S”. Akibatnya kotoran tidak dapat keluar sendiri dan setelah mengendap di dalam telinga akan mengeras dan membantu. Dengan adanya terapi *ear candle* kebersihan kuping dapat teratasi dengan baik.

Dari segi warna warni *candle* terapi menunjukkan fungsinya masing-masing yaitu warna merah; memberikan rasa *relaxing*, meningkatkan mood, menjaga kelembaban dan pencerahan warna kulit, oranye; merangsang sel-sel kulit, menipiskan kerut dan bekas luka, serta memperlambat manopause, coklat; *relaxing*, mudah tidur, menjaga kehalusan dan kelenturan kulit, *peach*; *relaxing*, menenangkan syaraf-syaraf yang tegang, sterilisasi virus serta baik untuk sakit kepala flu dan asma, ungu; menjaga konsentrasi, merangsang sel-

⁴ Syaifuddin. *Anatomi Fisiologi Untuk Siswa Perawat*. (Jakarta: EGC, 1997)h. 149

sel kulit baik bekas luka maupun pencerahan kulit, biru; *relaxing*, kesehatan rambut, mata, kelembaban kulit dan *detox*, putih; *relaxing*, kulit berminyak, jerawat, pori-pori, *detox*, hijau; *relaxing*, kulit berminyak, ketombe, pori-pori, memperlancar peredaran darah.⁵

Warna-warni *candle* diatas sangat mempengaruhi minat para konsumen untuk menggunakannya. Dalam membuka suatu usaha perlu memperhatikan perilaku konsumen dari setiap konsumen yang datang, bermaksud agar konsumen tersebut kembali lagi atau menjadi langganan. Pengetahuan konsumen dengan perilakunya adalah wujud dari kekuatan tawar yang merupakan salah satu kekuatan kompetitif yang menentukan intensitas persaingan dan tingkat keuntungan suatu perusahaan. Pengetahuan mengenai perilaku konsumen dapat meningkatkan kemampuan pribadi seseorang untuk menjadi konsumen yang lebih efektif serta memberikan pemahaman tentang perilaku konsumen tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ” Hubungan Pengetahuan Konsumen Dengan Perilaku Terapi *Ear Candle*”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka, penulis dalam penelitian ini mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan konsumen terhadap terapi *ear candle*;

⁵ Wikipedia. 2010. *Ear Candle Terapi*. [terhubung berkala]http://www.wikipedia.org/wiki/ear_candle_terapi [1 agustus 2010]

2. Hubungan antara pengetahuan konsumen terhadap perilaku terapi *ear candle*;
3. Dengan pengetahuan konsumen mempengaruhi perilaku dalam terapi *ear candle*;
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan konsumen terhadap *ear* terapi *candle*;
5. Pengaruh terapi *ear candle* dalam dunia kesehatan maupun kecantikan.

1.3 Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah dijelaskan, selanjutnya dapat ditentukan batasan masalah yaitu hubungan pengetahuan konsumen dengan perilaku terapi *ear candle*. Yang menjadi objek penelitian di sini adalah pengunjung salon kecantikan yang melakukan terapi *ear candle*.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan indentifikasi dan batasan masalah maka dirumuskan;

- a. Adakah hubungan pengetahuan konsumen dengan perilaku terapi *ear candle*?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah adanya hubungan pengetahuan konsumen dengan perilaku terapi *ear candle*.

2. Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

a. Terhadap dunia akademis

Manfaat penulisan ini diharapkan dapat memperluas wawasan keilmuan dan pengetahuan konsumen dengan perilaku serta dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya.

b. Terhadap dunia praktis

Dari hasil penelitian ini, penulis mengharapkan dapat dijadikan masukan bagi manajemen salon untuk memperhatikan dan memahami pengetahuan konsumen dengan perilaku perawatan disalon.