

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatnya perekonomian berimbas pada meningkatnya pertumbuhan bisnis di Indonesia. Pertumbuhan bisnis dalam beberapa tahun terakhir ini diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang, tidak terkecuali pada bisnis jasa pemotongan rambut khusus pria. Melihat kondisi tersebut menyebabkan para pengusaha salon pria semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat. Mereka dituntut untuk mampu mengidentifikasi bentuk persaingan yang akan dihadapi, menetapkan berbagai standar kinerjanya serta mengenali secara baik para pesaingnya (Adam, 2015). Kesuksesan suatu bisnis usaha tergantung pada ide, peluang, dan pelaku bisnis. Pelaku bisnis harus mampu menciptakan ide-ide baru agar dapat memberikan nilai lebih kepada konsumen. Selain itu pelaku bisnis juga harus mampu untuk melihat peluang bisnis yang berkembang.

Perusahaan akan sangat beruntung apabila dapat mengetahui apa yang diinginkan konsumen atas produknya. Hal tersebut merupakan informasi yang sangat berharga yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap perusahaannya (Octarini, n.d.). Selain itu juga berguna bagi perusahaan untuk memahami dan berusaha untuk memenuhi semua keinginan konsumen. Diharapkan juga pihak perusahaan dapat menentukan kebijakan- kebijakan dalam strategi memasarkan produknya dan untuk menghadapi para pesaingnya (Octarini, n.d.). Persaingan yang semakin kompetitif dan konsumen yang semakin kritis, menuntut usaha di bidang jasa untuk lebih inovatif dalam meningkatkan nilai jasa pelayanan untuk membuat para konsumen puas terhadap produk yang ditawarkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen secara umum dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Keller & Kotler, 2006). Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menjalankan strateginya guna memberikan kepuasan bagi konsumennya.

Kepuasan Pelanggan adalah respons dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan yang diharapkan. Jika hasilnya terasa di bawah harapan, pelanggan akan melakukannya kecewa, tidak puas bahkan tidak puas, tetapi sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas (P. Kotler & Keller, 2014). Adanya kepuasan konsumen menyebabkan perusahaan harus berusaha keras dalam memenangkan persaingan, salah satunya yaitu pelayanan, berupaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

(Priyambodo et al., 2012) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, "yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan". Dengan demikian, maka kualitas yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan rendah (Subaebasni et al., 2019)

(Lupiyoadi dan Hamdani 2009), juga mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang baik berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Walaupun pelayanan/jasa adalah suatu barang yang tidak berwujud, namun pelayanan dapat dinilai berdasarkan pengalaman dan penalaran seseorang.

Selain pelayanan ada juga faktor lain yang menentukan kepuasan pelanggan yaitu harga. Harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (dan Irawan, 2005). Strategi penetapan harga sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. (K. K. P. Kotler & Manceau, 2012), menyatakan harga harus mencerminkan nilai konsumen bersedia membayar harga dibandingkan harus mencerminkan hanya biaya pembuatan produk atau memberikan layanan. Artinya harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan ke konsumen untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang yang memiliki manfaat serta penggunaannya.

(Machfoedz, 2005), terdapat dua tujuan penetapan harga di antaranya adalah Orientasi laba, meliputi target baru, serta meningkatkan laba. Orientasi penjualan, meliputi meningkatkan volume penjualan, serta mempertahankan atau mengembangkan pangsa pasar. (Tjiptono 2011) mengatakan bahwa harga merupakan bauran harga berkenaan dengan strategi dan taktis seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai kelompok pelanggan.

Kepercayaan pelanggan merupakan koordinasi yang penting untuk mendukung performa perusahaan dalam persaingan dilingkungan pemasaran dan dapat berkontribusi kepada loyalitas hubungan (Alamsyah, 2016), Hal ini mengindikasikan pentingnya kepercayaan pelanggan dalam strategi pemasaran guna mendapatkan keunggulan bersaing dari persaingan pasar (Huo et al., 2015).

Kepercayaan merupakan sebuah pondasi dari suatu bisnis. Kepercayaan adalah suatu kesadaran dan perasaan yang dimiliki oleh pelanggan untuk mempercayai sebuah produk, dan digunakan penyedia jasa sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Diza et al., 2016). Menurut (Norhermaya & Soesanto, 2016), membentuk kepercayaan pelanggan merupakan salah satu cara untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Kepercayaan pelanggan di bidang jasa merupakan hal yang cukup sulit untuk diciptakan. Namun dengan hasil yang optimal, dapat mempengaruhi kepercayaan pelanggan yang nantinya berujung kepada keinginan pelanggan untuk datang kembali untuk menggunakan jasa perusahaan.

Menurut (Danesh et al., 2012), kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan pihak untuk rentan terhadap tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan tertentu yang penting bagi kepercayaan atau terlepas dari kemampuan untuk memantau atau mengendalikan pihak lain tersebut. Kepercayaan yang tinggi oleh konsumen terhadap perusahaan akan dapat memberikan rasa puas konsumen dalam menggunakan produk atau jasa perusahaan, seperti Widiyanto yang menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan (trust) merupakan pondasi dari bisnis yang merupakan cara untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen (Laely, 2016). Seiring pertumbuhan zaman dan meningkatnya taraf hidup masyarakat, maka gaya hidup masyarakat pun akan semakin berkembang. Hal ini membuat masyarakat semakin peduli dengan penampilan dan berlomba-lomba untuk memperbaiki penampilan mereka baik dari segi penampilan maupun gaya rambut yang mengikuti tren. Persaingan yang semakin kompetitif serta konsumen yang semakin kritis dalam memilih jasa potong rambut, menuntut usaha di bidang jasa potong rambut untuk lebih inovatif dalam meningkatkan nilai jasa pelayanan untuk membuat para konsumen puas terhadap produk yang ditawarkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Barbershop merupakan bisnis yang sedang meroket. Barbershop merupakan sebuah inovasi atau perkembangan dari yang dulunya disebut sebagai tukang cukur atau pangkas rambut (Imam, 2018). Di

kalangan pria pada saat ini berpenampilan modis dan mengikuti perkembangan zaman sudah menjadi kebutuhan, termasuk dalam hal kebutuhan mengikuti trend gaya rambut (ESA, 2021). Mengambil momentum kembalinya trend rambut era klimis dengan menggunakan pomade, fenomena menjamurnya barbershop seolah tak terbendung. Tak hanya di kota besar, di daerah-daerah kecil di beberapa provinsi bermunculan gerai-gerai tempat cukur rambut yang bergaya unik dan keren. Lokasinya pun tersebar dari yang di dalam mall hingga yang memiliki gerai khusus sendiri. Barbershop muncul menjadi sebuah tren dalam bidang gaya rambut pria dan juga bisnis. Dengan adanya perubahan gaya hidup pria inilah yang mendorong masyarakat untuk membuka Barbershop khusus pria dengan pelayanan yang ramah dan suasana yang tenang untuk konsumen pria yang ingin memangkas rambutnya dengan berbagai macam pilihan model rambut trend sekarang. Saat ini bisnis Barbershop tak hanya di kota besar, di daerah-daerah kecil bermunculan gerai-gerai tempat cukur rambut yang bergaya unik dan keren.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil objek pada Wom Barbershop yang terletak di Grenden Karangsono, Krajan I, Grenden, Puger, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Alasan meneliti di objek tersebut adalah untuk mengetahui apa kelebihan dan kekurangan yang ada pada Wom Barbershop di Grenden Puger sehingga mengalami naik turun jumlah pelanggan. Menurut beberapa pelanggan atau masyarakat yang pernah potong rambut di Wom Barbershop di Grenden Puger, harga yang diberikan relatif lebih mahal jika dibandingkan dengan barbershop sekitar, sehingga masyarakat menengah kebawah sedikit keberatan dengan harga yang ditetapkan oleh Wom Barbershop di Grenden Puger. Tapi di sisi lain Wom mempunyai banyak pelanggan dan ramai di setiap harinya, sehingga saya ingin mengetahui kelebihan dan kekurangan yang ada pada Wom Barbershop di Grenden Puger. Wom Barbershop adalah salah satu penyedia jasa bisnis pangkas rambut yang didirikan oleh seorang pemuda yang bernama Kristifan Aprilio sejak tahun 2017 dan saat ini menjadi Barbershop ternama banyak dikenal orang karna mempunyai kualitas cukup bagus jika dibandingkan dari Barbershop lainnya yang berada di daerah sekitar.

Bisnis Wom Barbershop dikembangkan dengan konsep memaksimalkan pelayanan terbaik dengan menyediakan tukang cukur yang professional atau cukup pintar dalam memangkas rambut, tempat yang nyaman dan lokasi yang mudah di akses. Wom Barbershop merupakan salon yang melayani pangkas rambut khusus pria, selain itu Wom Barbershop juga menjual berbagai macam produk perawatan rambut untuk pria seperti pomade yang dibutuhkan para pria untuk rambut yang rapi dan klimis. Konsep Wom Barbershop yang utama adalah kenyamanan pelanggan dengan didukung kecakapan pangkas rambut dalam menguasai berbagai model potongan rambut pria kekinian dan modern.

Menjamurnya persaingan bisnis Barbershop semakin berkembang, hal ini terlihat dari banyaknya Barbershop yang berada di pugger dan sekitarnya. Berikut pesaing dari Wom Barbershop yang berada di desa pugger bisa dilihat di tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1 Pesaing Wom Barbershop di desa Puger

	Lokasi
DW Barbershop	Jl. A. Yani No.36, Krajan I, Puger Kulon, Kec. Puger, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68164
Starhead Barbershop	Gedangan, Puger Kulon, Kec. Puger, Kabupaten Jember, Jawa Timur 6864
Neon Barbershop	Puger Kulon, Jl. Mayor Adi Dharma, timur

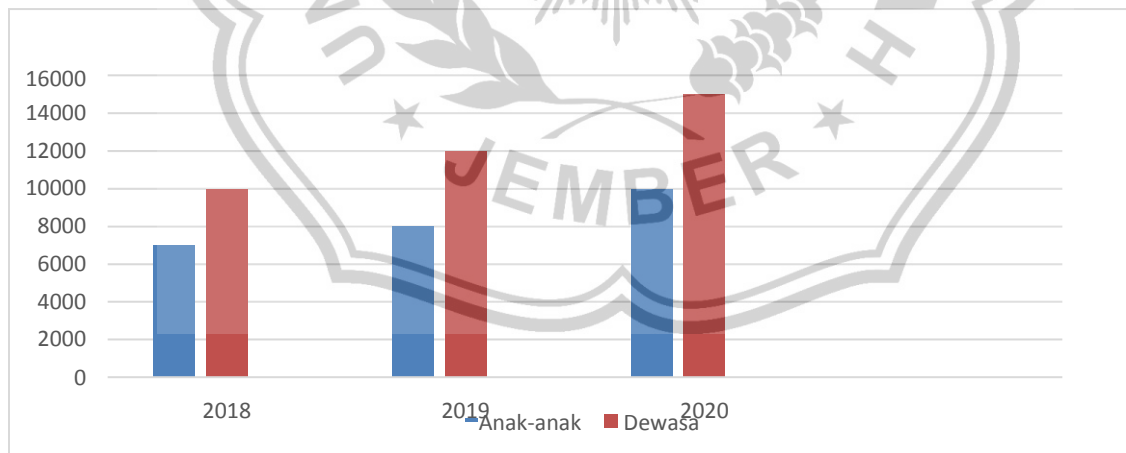
	koramil, Kec. Puger, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68164
Ulink Barbershop	Jl.kaliba'an mandaran, Manderin II, Puger Kulon, Kec. Puger, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68164
Barbershop Matoa	Jl. Daeng Bilak, Mandaran, Puger Wetan, Kec. Puger, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68164

Sumber: Website Google (2022)

Pelayanan adalah hal penting bagi suatu usaha untuk mencapai hasil yang diinginkan. Pelayanan pada Wom Barbershop sampai saat ini memang kurang baik, pemberian sapaan ketika pelanggan masuk salon masih belum dilakukan. Wom Barbershop memiliki durasi yang cukup lama dalam memotong rambut. Waktu yang dibutuhkan untuk memotong rambut memiliki durasi sekitar 15-30 menit tergantung tingkat kesulitannya. Hal tersebut membuat pelanggan merasa bosan untuk menunggu. Kualitas pelayanan merupakan hal mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan kepada konsumen, perusahaan dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai. Tinggi rendahnya suatu kualitas pelayanan tergantung pada bagaimana penerimaan konsumen akan pelayanan nyata yang diperolehnya sehubungan dengan apa yang mereka harapkan.

Harga juga merupakan hal yang terpenting yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Wom Barbershop memiliki patokan harga yang berbeda mulai anak-anak hingga dewasa. Harga yang dipatok relative mahal menurut masyarakat sekitar, karena di pedesaan umumnya memiliki harga sekitar Rp 7.000 sampai Rp 10.000. Wom Barbershop mengalami kenaikan harga di tiga tahun terakhir. Hal tersebut bisa dilihat kenaikan harga Wom Barbershop di tabel 1.1 sebagai berikut:

Gambar 1.1 Kenaikan Harga Wom Barbershop Tahun 2018-2020



Sumber: Wom Barbershop (2021)

Pada tabel 1.1 dapat dilihat Wom Barbershop mengalami perubahan kenaikan harga di tiga tahun terakhir. Harga yang ditetapkan Wom Barberhop di tahun 2018 yaitu Rp 10.000 untuk dewasa dan Rp 7.000 untuk anak-anak. Kemudian mengalami perubahan kenaikan harga pada tahun 2019 sebesar Rp 12.000 untuk dewasa dan Rp 8.000 untuk anak-anak. Wom Barbershop di tahun 2020 kembali menaikkan harga menjadi Rp 15.000 untuk dewasa sedangkan untuk anak-anak Rp 10.000. Wom Barbershop

mengalami naik turun jumlah pelanggan dikarenakan adanya wabah virus *covid 19* yang membuat pemerintah harus mengeluarkan kebijakan PSBB (pembatasan sosial berskala besar) hingga menyebabkan perekonomian melembat dan kenaikan harga di tiga tahun terakhir. Ada beberapa pelanggan yang merasa minder dan kecewa saat potong rambut di Barbershop tersebut, karena pelanggan yang datang pada umumnya tergolong anak high class atau menengah keatas dan harga relative lebih mahal untuk wilayah pedesaan.

Kepercayaan pelanggan pada Wom Barbershop terlihat baik karena dapat memberikan hasil potong rambut yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

Pada penelitian yang dilakukan (Dimiyati & Subagio, 2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, dan penelitian yang dilakukan oleh (Asma et al., 2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas, Harga berpengaruh terhadap kepuasan, Harga berpengaruh lemah terhadap loyalitas. Pada penelitian (Lupiyoadi dan Hamdani 2009), juga mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian (Gofur, 2019) bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian (ESA, 2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian (Virvalaite et al., 2009) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas dan kepuasan; harga, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas. Penelitian (Sahanggamu et al., 2015) menyatakan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian (Gul, 2014) yang membuktikan bahwa variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Berdasarkan uraian dan penelitian terdahulu diatas, peneliti tertarik untuk meneliti kembali bagaimana pengaruh pelayanan, harga, dan trust terhadap kepuasan pelanggan Wom Barbershop di Grenden Puger.

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Wom Barbershop di Grenden Puger ?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Wom Barbershop di Grenden Puger ?
3. Bagaimana pengaruh trust terhadap kepuasan pelanggan Wom Barbershop di Grenden Puger ?

1.3 Tujuan Masalah

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Wom Barbershop di Grenden Puger.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Wom Barbershop di Grenden Puger.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh trust terhadap kepuasan pelanggan Wom Barbershop di Grenden Puger.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat yaitu antara lain:

1. Bagi Almamater

Memberikan tambahan perbendaharaan kepustakaan khususnya yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh pelayanan, harga, dan trust terhadap kepuasan pelanggan Wom Barbershop di Grenden Puger, sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan Wom Barbershop untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Bagi Penulis

- a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman penulis mengenai pelayanan, harga, trust dan kepuasan pelanggan.
- b. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan dunia bisnis.

