

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian global ditandai dengan berbagai gejolak, baik di bidang ekonomi maupun non-ekonomi yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi laju perekonomian dunia. Meningkatnya prospek pertumbuhan ekonomi global diyakini akan mendorong permintaan komoditas. Hal ini tentu akan memberikan dampak pada perekonomian nasional. Dengan adanya perekonomian global, perusahaan-perusahaan baik yang bergerak di bidang manufaktur maupun jasa harus lebih kompetitif.

Salah satu sektor jasa yang terus berkembang di Indonesia hingga saat ini adalah industri kecantikan. Pasar industri kecantikan Indonesia merupakan pasar ketiga terbesar di Asia dimana produk kecantikannya banyak diproduksi dengan target pasar dalam negeri dan luar negeri. Industri kecantikan juga merupakan salah satu sektor industri dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia dan secara konsisten mencatat pertumbuhan dua digit dalam beberapa tahun terakhir. Selain itu, industri kecantikan dinobatkan sebagai industri prioritas dan strategis oleh pemerintah karena mempekerjakan tidak kurang dari 75.000 tenaga kerja langsung dan 600.000 untuk tenaga kerja tidak langsung. Dikutip dari sebuah portal berita online majalahkartini.co.id, dalam 10 tahun terakhir, industri kecantikan dan perawatan pribadi di Indonesia bertumbuh rata-rata 12% dengan nilai pasar mencapai sebesar 33 triliun Rupiah di tahun 2016. Bahkan di tahun 2020, industri kecantikan di Indonesia diprediksi akan mengalami peningkatan paling besar dibandingkan dengan negara-negara lain di Asia Tenggara. Pertumbuhan industri kecantikan ini dapat mendorong terjadinya persaingan yang ketat antar pelaku usaha salon kecantikan.

Persaingan yang semakin ketat mengakibatkan perusahaan harus menetapkan strategi untuk memenangkan persaingan atau paling tidak dapat bertahan hidup. Oleh karena itu perusahaan membutuhkan antisipasi yang tepat guna untuk memenangkan persaingan. Setiap pelaku usaha salon kecantikan harus mampu menghadapi persaingan dengan melakukan diferensiasi agar bisa tetap bertahan di tengah persaingan yang ada. Dengan demikian, hanya perusahaan bermutu yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

Keputusan penggunaan jasa atau lebih dikenal dengan keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen. Pada dasarnya keputusan pembelian ialah suatu tindakan atau perilaku konsumen jadi atau tidaknya melakukan suatu pembelian atau transaksi, banyak tidaknya jumlah konsumen dalam mengambil keputusan menjadi salah satu penentu tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan. Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Biasanya ketika akan membeli produk, konsumen selalu mempertimbangkan kualitas dan harga dari suatu produk ataupun jasa (Priyono & Waluyo, 2019).

Word Of Mouth terhadap keputusan pembelian atau penggunaan produk dan jasa. Hasil penelitian menunjukkan word of mouth (WOM) berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan pembelian atau penggunaan produk dan jasa Word of mouth (WOM) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa (Wira Purnawan & Suarmanayasa, 2021). Dalam era teknologi komunikasi dan informasi saat ini, kemudahan atas layanan akses informasi mendorong peningkatan komunikasi diantara pelanggan. Peningkatan komunikasi antar pelanggan menyebabkan peningkatan intensitas word of mouth (WOM) dalam merekomendasikan suatu produk atau jasa kepada pelanggan lainnya, word of mouth menjadi acuan yang membentuk harapan pelanggan.

Inovasi Layanan adalah suatu gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki suatu produk atau proses dan jasa. Sebuah kegiatan pembaharuan yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan layanan serta menghasilkan layanan baru. Inovasi pelayanan dapat didefinisikan sebagai kombinasi baru atau ide kreatif baru sebuah Inovasi layanan merupakan sebuah perubahan yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kinerja pemasaran dengan mempercepat sistem kerja pelayanan perusahaan melalui berbagai kombinasi baru dari faktor-faktor pelayanan yang ada (Putri & Hartelina, 2022). inovasi pelayanan bahkan membuat konsumen sangat puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan, Hasil penelitian ini menyatakan bahwa inovasi layanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan konsumen serta mendukung penelitian yang dilakukan oleh hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil variabel inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (Putri & Hartelina, 2022).

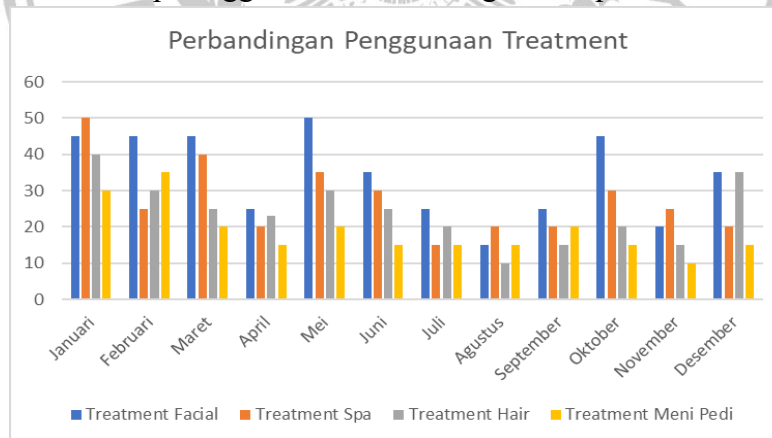
Service Quality (Kualitas pelayanan) adalah sebuah ukuran atau evaluasi terhadap segala sesuatu yang menjadi keinginan ataupun kebutuhan konsumen dimana jika konsumen sudah merasa puas akan apa yang mereka dapatkan setelah menggunakan suatu produk maupun jasa, maka konsumen tersebut akan terus menggunakannya. Sama halnya dengan penelitian yang dilaksanakan oleh (Wira Purnawan & Suarmanayasa, 2021) yang memaparkan kan jika kualitas layanan memiliki peran yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan jasa. Sejalan atas penelitian yang dilaksanakan oleh Amrullah (2016) yang memaparkan jika kualitas pelayanan berperan secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan jasa.

Salah satu industri kecantikan yang dipilih dalam penelitian ini yaitu Salon Kembang Desa Spa di Banyuwangi. Lokasinya berada di pusat Kota Banyuwangi dan menawarkan pelayanan jasa perawatan tidak hanya untuk wanita namun juga pria, baik untuk anak-anak, remaja dan dewasa. Seiring dengan perkembangan zaman dan adanya pengaruh dari budaya luar yang masuk dan diadopsi, kegiatan merawat tubuh dan mempercantik diri bergeser menjadi suatu gaya hidup (lifestyle) masyarakat. Terutama di kota-kota besar, konsumen rela mengeluarkan uang yang lebih banyak demi terpenuhinya kebutuhan tersebut.

Salon Kembang Desa Spa merupakan salah satu penyedia jasa bisnis perawatan muka dan badan yang berkembang yang berdiri pada tahun 2009 dan saat ini menjadi salon perawatan muka dan badan yang menjadi keunggulan di Kota Banyuwangi. Potensi bisnis ini sangat besar karena kebutuhan treatment yang tidak akan pernah berhenti dan kegiatan

ini pasti akan dilakukan oleh setiap orang secara periodik. Bisnis Salon Kembang Desa Spa dikembangkan dengan konsep memaksimalkan pelayanan terbaik dengan menyediakan treatment rambut, treatment badan, dan treatment muka. Serta didukung dengan tempat yang nyaman, lokasi yang mudah di akses, produk skincare yang dijual dan harga yang terjangkau. Konsep Salon Kembang Desa Spa yang utama adalah menjual produk skincare dan bodycare aman dan kenyamanan pelanggan dengan didukung pelayanan treatment yang memuaskan dan menguasai berbagai model potongan rambut yang up to date dan trendy. Salon Kembang Desa Spa berada di Jl. Kartini No.07 dengan lokasi yang strategis karena berada di tengah kota Jajag. Daerah sekitar Salon Kembang Desa Spa terdapat Mall keunggulan di kota banyuwangi serta banyaknya tempat tongkrongan anak muda yang memudahkan mereka untuk merawat diri karena tempat yang strategis dan belum terdapat usaha yang sejenis sehingga hal ini membuat Salon Kembang Desa Spa menjadi salah satu alternatif bagi konsumen.

Dalam industri Salon dan treatment, mengetahui apa yang diinginkan dan dirasa nyaman oleh konsumen sangatlah penting. Permintaan masyarakat akan layanan yang berhubungan dengan trend fashion, seperti salon kecantikan kini cukup tinggi. Masyarakat mengantisipasi menerima layanan dan produk berkualitas dengan biaya yang tinggi. Service Quality yang menentukan seberapa puas mereka dengan pelayanan pada sesuatu atau jasa. Untuk menunjang penampilan dapat dilakukan dengan mengunjungi berbagai treatment kecantikan tubuh yang ditawarkan, mulai dari bagian tubuh paling atas yaitu rambut, wajah dan terus sampai ke bawah. Berikut adalah treatment yang paling diminati pada tahun 2023 oleh pelanggan Salon Kembang Desa Spa.



Gambar 1.1 Treatment yang paling diminati

Dari gambar diatas terlihat treatment yang ada di Salon Kembang Desa Spa, dari 4 treatment tersebut memiliki keunggulan masing-masing dan keunggulan tersebut adalah yang paling diminati oleh pelanggan. Kualitas pelayanan pada penggunaan jasa sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang datang di salon kembang desa spa. Dan

dari data diatas treatment yang paling ramai atau yang paling diminati adalah treatment facial dan spa.

Pada daerah Kabupaten Banyuwangi khususnya Kecamatan Gambiran terdapat Salon dan Spa seperti Salon Kembang Desa Spa dengan treatment yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap salon, hal tersebut menuntut pemilik salon atau pengelola salon untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dengan kompetitornya.

Tabel 1.1
Kompetitor Salon Kembang Desa Spa

No.	Nama Usaha	Alamat
1.	Savira Beauty Salon & Spa	Jl. Raya Genteng, No. 369
2.	FDC Clinic	Jl. Raya Yosomulyo, No. 10
3.	Waa Queen Salon & Spa	Jl. Jajag-Bangorejo No.29
4.	Mosza Salon & Spa	Jl. Banyuwangi No.104
5.	Ratna Salon & Spa	Jl. Kartini, No.5

Sumber : Hasil Observasi Penulis Tahun 2023

Dari tabel diatas terdapat sebagian Salon yang berada di wilayah Kabupaten Banyuwangi khususnya Kecamatan Gambiran. Berdasarkan data tabel 1 bahwa Salon Kembang Desa Spa memiliki banyak pesaing serupa atau sama. Untuk menghadapi persaingan bisnis yang sangat kompetitif, pentingnya suatu usaha meningkatkan strategi Word Of Mouth, Inovasi Layanan, dan Service Quality untuk membangun Keputusan Penggunaan Jasa agar pelanggan loyal terhadap treatment layanan pada salon.

Penelitian ini memperhatikan sektor industri kecantikan yang sedang berkembang di Indonesia dan mempertimbangkan faktor-faktor yang berkontribusi pada keputusan konsumen dalam menggunakan jasa salon kecantikan. Selain itu, penelitian ini juga mencakup aspek inovasi pelayanan sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen. Dengan fokus pada Salon Kembang Desa Spa di Banyuwangi, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan jasa di industri kecantikan dan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pelaku usaha salon kecantikan dalam menghadapi persaingan yang ketat.

Manfaat dari Penelitian ini akan memberikan kontribusi baru pada pengetahuan di bidang manajemen, khususnya dalam konteks industri kecantikan. Hasil penelitian dapat mengungkap hubungan antara word of mouth, inovasi, dan kualitas layanan dengan keputusan penggunaan jasa pada Salon Kembang Desa Spa di Banyuwangi. Hal ini dapat memberikan wawasan baru dan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, dalam penelitian ini permasalahan yang dihadapi dalam proses penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Word Of Mouth berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Jasa pada Salon Kembang Desa Spa?
2. Apakah Inovasi Layanan berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Jasa pada Salon Kembang Desa Spa?
3. Apakah Service Quality berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Jasa pada Salon Kembang Desa Spa?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan membahas pengaruh signifikan Word Of Mouth terhadap Penggunaan Jasa pada Salon Kembang Desa Spa
2. Untuk mengetahui dan membahas pengaruh signifikan Inovasi Layanan terhadap Penggunaan Jasa pada Salon Kembang Desa Spa
3. Untuk mengetahui dan membahas pengaruh signifikan Service Quality terhadap Penggunaan Jasa pada Salon Kembang Desa Spa

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan masukan sebagai bahan evaluasi dari setiap perusahaan maupun organisasi untuk selalu memperhatikan pengaruh Word Of Mouth, Inovasi Layanan, dan Service Quality terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada perusahaan.
2. Bagi Almamater
Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan bahan evaluasi dan masukan untuk meningkatkan kinerja para dosen, staf, beserta jajarannya, dengan memperhatikan kerjasama dan komunikasi antar elemen kampus, serta turut memperhatikan kepuasan kerja dari para dosen, staf, beserta jajarannya, agar dapat menumbuhkan generasi muda yang luar biasa
3. Bagi Akademisi
Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah referensi dan informasi untuk pengembangan pengetahuan di bidang manajemen pemasaran terutama mengenai memperhatikan pengaruh Word Of Mouth, Inovasi Layanan, dan Service Quality terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada perusahaan.