

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan sektor industri yang sangat pesat memungkinkannya perusahaan-perusahaan besar yang memiliki modal kuat dan berskala besar serta menimbulkan ketatnya persaingan antar perusahaan dalam industri. Dalam kenyataannya, persaingan tersebut bisa dalam bentuk persaingan yang sehat atau kurang sehat yang dapat menjatuhkan pihak lain. Persaingan yang kurang sehat dapat berupa praktik monopoli atau hambatan masuk ke pasar.

Setiap perusahaan harus siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan perusahaan-perusahaan lain dari seluruh dunia untuk menghadapi globalisasi yang sering dikatakan era dunia tanpa batas. Dengan demikian lingkungan yang dihadapi suatu perusahaan juga akan menjadi semakin kompleks. Secara nasional walaupun ekspor merupakan salah satu jenis usaha yang dapat memberikan tambahan atau pemasukan devisa negara, namun kompleksitas persaingan yang dihadapi perusahaan tersebut akan memaksa setiap perusahaan untuk selalu berusaha meningkatkan pelayanannya terhadap konsumen. Dalam persaingan bisnis yang bebas ini, syarat agar suatu perusahaan dapat sukses dalam persaingan tersebut adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus dapat menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya (Kotler, 2005).

Dalam upaya mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan perlu kemauan dan upaya keras perusahaan untuk mengubah dan menerapkan perspektif dalam proses manufaktur baru dari konsep *corporate management* menjadi *individual self management* dan dari *process content of strategy* menjadi *day to day operations*. Keunggulan kompetitif diperoleh jika suatu perusahaan dapat memperoleh dan mengembangkan sumber daya manusia dengan lebih cepat dan menerapkan pengetahuannya dengan lebih efektif daripada pesaingnya. Untuk itu, perusahaan perlu menerapkan strategi yang fleksibel terhadap perkembangan dan perubahan yang terjadi sehingga kapabilitas manufaktur dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang terbatas menjadi syarat mutlak bagi perusahaan untuk tetap bertahan hidup dan mencapai kompetitif. Strategi berbasis sumber daya (*a resource-based view of strategy*) memberikan solusi bagi perusahaan untuk meraih keunggulan kompetitif secara terus menerus melalui sekumpulan sumber daya unik yang dimiliki perusahaan (Hamel dan Prahalad, 1989).

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan langkah atau cara tepat yang digunakan untuk memasarkan produk atau jasa agar mencapai tujuan yang telah

ditentukan oleh perusahaan yang bersangkutan. Kegiatan pemasaran pada dasarnya menggunakan strategi pemenuhan keperluan dan kebutuhan masyarakat. Berawal dari pemenuhan kebutuhan masyarakat, kemudian menetapkan harga barang atau jasa, pendistribusian barang atau jasa yang diperlukan kemudian mempromosikan atau memasarkan. Pemasaran jasa mesti menyesuaikan diri dengan selera konsumen, dipengaruhi jumlah pendapatan, tidak ada fungsi penyimpanan, dan kualitas dipengaruhi barang. Yang penting dalam pemasaran jasa tidak lain keandalan, daya tanggap, kepastian, empati dan berwujud. Menurut Lupiyoadi (2006; 5), pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip *intangibile* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting. Karena dalam memasarkan produk jasa, interaksi antara produsen dan konsumen terjadi secara langsung. Menurut Tjiptono (dalam Aditya, 2011 : 23), Kualitas jasa merupakan sesuatu yang dipresepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam beak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik.

Kualitas layanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing (Kotler, 2010:297). Layanan yang berkualitas adalah persepsi konsumen merasa puas saat terjadinya proses transaksi. Menurut Kotler (2006:176), layanan merupakan suatu perlakuan terhadap konsumen yang berupa tingkah laku dan sikap dalam memuaskan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Diasari, 2016 yang membahas tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebagai alasan untuk menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan memperhatikan kegiatan pemasaran maka diharapkan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang dilakukan pelanggan melibatkan keyakinan pelanggan pada suatu produk sehingga timbul rasa percaya diri atas kebenaran tindakan yang diambil. Rasa percaya diri pelanggan atas kepuasan pelanggan yang diambil nya mempresentasikan sejauh mana pelanggan memiliki keyakinan diri atas keputusannya memilih suatu produk. Kotler (2000) mengatakan bahwa Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau dikonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Tse dan Wilson dalam Nasution, 2004).

Usaha jasa Salon adalah sebuah usaha perseorangan yang bergerak di bidang jasa perawatan anggota tubuh dan kecantikan, kecantikan rambut dan kecantikan badan. Usaha ini dikhususkan bagi para wanita dan pria baik anak-anak remaja hingga orang dewasa. Jenis jasa yang ditawarkan sangat variatif mengingat kebutuhan akan kecantikan merupakan idaman bagi setiap wanita. Salon merupakan salah satu wadah untuk mewujudkan hal tersebut. Selain itu, pelayanan yang baik menjadi andalan salon tersebut untuk meningkatkan mutu pelayanan bagi pengunjung salon sehingga tidak akan mengecewakan pelanggan. Usaha jasa Salon harus berada di lokasi yang strategis di kota besar atau tempat yang ramai sehingga memudahkan pelanggan dapat mudah untuk mengunjungi salon tersebut. Prospek pengembangan usaha salon ini sangat menjanjikan mengingat pangsa pasar yang cukup besar khususnya bagi perempuan dimana seiring perkembangan jaman, tren dan model gaya rambut yang terus berubah ditambah kebutuhan akan kecantikan diri sangat penting bagi perempuan. Berangkat dari pemikiran ini kami membuat ide untuk membuka usaha salon kecantikan yang cukup menggiurkan di dunia bisnis ini.

Di Kabupaten Jember tepatnya di Tanggul kulon telah berdiri usaha jasa salon yang cukup ramai dikunjungi oleh warga setempat dan warga dari luar Tanggul Kulon tersebut. Salon Pricilia yang bergerak dibidang jasa ini melayani pelanggan dengan menyediakan jasa potong rambut, *rebonding*, *smoothing*, dan *creambath*. Salon Pricilia banyak dikunjungi oleh pelanggan setiap harinya karena harga pelanggan dari salon tersebut sangat baik. Layanan yang diberikan Salon Pricilia kepada pelanggan cukup memuaskan. Karyawan dari Salon Pricilia juga berpenampilan menarik dan rapi, sikap mereka kepada pelanggan yang datang juga sopan dan ramah. Ketiga aspek itu yang membuat pelanggan yang sebagian besar warga Tanggul Kulon tidak ragu untuk datang ke salon tersebut untuk membeli atau menggunakan jasa yang disediakan oleh salon tersebut.

Persaingan jasa salon di Kecamatan Tanggul ini cenderung cukup ketat, karena di Kecamatan Tanggul terdapat 2 salon pesaing Salon Pricilia yaitu salon king dan salon cantik. Dengan memperbandingkan banyak pelanggan yang datang dan sudah menjadi pelanggan tetap, penulis mengambil inisiatif untuk meneliti Salon Pricilia yang lebih banyak didatangi pelanggan dari pada salon king dan salon cantik tersebut. Beberapa faktor yang diduga berpengaruh terhadap ramainya Salon Pricilia yaitu meliputi harga dan pelayanan. Berikut ini adalah perbandingan harga dan fasilitas yang ada guna untuk memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1: Perbandingan Dengan Harga Jasa Salon KING & Salon Cantik Tahun (2019)

No	Nama Salon	Jenis Jasa	Harga	Fasilitas
1	PRICILIA	Potong Rambut Dewasa	Rp. 10.000,-	AC, Ruang Tunggu, WIFI, Majalah
		Potong Rambut Anak-Anak	Rp. 7.000,-	
		<i>Rebonding</i>	Rp. 150.000,-	
		<i>Smoothing</i>	Rp. 250.000,-	
		<i>Creambath</i>	Rp. 30.000,-	
2	KING	Potong Rambut Dewasa	Rp. 10.000,-	AC, Ruang Tunggu, WIFI, Majalah
		Potong Rambut Anak-Anak	Rp. 7.000,-	
		<i>Rebonding</i>	Rp. 150.000,-	
		<i>Smoothing</i>	Rp. 250.000,-	
		<i>Creambath</i>	Rp. 30.000,-	
3	CANTIK	Potong Rambut Dewasa	Rp. 10.000,-	Ruang Tunggu, Majalah, WIFI
		Potong Rambut Anak-Anak	Rp. 7.000,-	
		<i>Rebonding</i>	Rp. 175.000,-	
		<i>Smoothing</i>	Rp. 300.000,-	
		<i>Creambath</i>	Rp. 35.000,-	

Sumber: Pra Penelitian

Berdasarkan tabel pra penelitian dapat dilihat perbedaan harga jasa pada item layanan *rebonding*, *smoothing*, dan *creambath* dari ke tiga salon yaitu Salon Pricilia, Salon King, dan Salon Cantik. Dari pra penelitian ini juga didapatkan bahwa keunggulan Salon Pricilia pada fasilitas yang lebih lengkap dari pada salon king dan salon cantik. Harga jasa dari Salon Pricilia juga cenderung lebih murah dibanding dengan harga jasa dari salon king dan salon cantik khususnya pada item layanan *rebonding*, *smoothing*, dan *creambath*. Pelayanan yang diberikan oleh Salon Pricilia juga lebih baik daripada salon king dan salon cantik karena di Salon Pricilia fasilitas seperti ruang tunggu, majalah, AC, WIFI dan juga karyawan dari Salon Pricilia yang lebih berpenampilan rapi dan ramah kepada konsumen. Pelayanan dari Salon Pricilia yang menjadi faktor besarnya pendapatan dari Salon Pricilia. Sejak tahun 2014-2018 pendapatan dari Salon Pricilia mengalami kenaikan disetiap tahunnya. Aspek pelayanan yang dapat memuaskan konsumennya yang mempengaruhi besarnya pendapatan dari Salon Pricilia.

Pendapatan dari Salon Pricilia sejak tahun 2014 sampai dengan tahun 2018 dijelaskan pada tabel 1.2:

Tabel 1.2: Daftar Pendapatan Bersih Per Bulan Salon Pricilia Tahun 2014-2018

No	Tahun	Jenis Jasa	Total pendapatan
1	2014	Potong rambut, <i>rebonding</i> , <i>smoothing</i> , <i>creambath</i> .	Rp. 142.200.000,-
2	2015	Potong rambut, <i>rebonding</i> , <i>smoothing</i> , <i>creambath</i> .	Rp. 157.800.000,-
3	2016	Potong rambut, <i>rebonding</i> , <i>smoothing</i> , <i>creambath</i> .	Rp. 159.550.000,-
4	2017	Potong rambut, <i>rebonding</i> , <i>smoothing</i> , <i>creambath</i> .	Rp. 160.150.000,-
5	2018	Potong rambut, <i>rebonding</i> , <i>smoothing</i> , <i>creambath</i> .	Rp. 165.250.000,-
6	2019	Potong rambut, <i>rebonding</i> , <i>smoothing</i> , <i>creambath</i> .	Rp. 166.090.000,-

Sumber: Salon PRICILIA (2018)

Tabel 1.2 menjelaskan pendapatan dari Salon Pricilia dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2018. Pada tahun 2014 pendapatan Salon Pricilia sebesar Rp. 142.200.000,-, pada tahun 2015 pendapatan Salon Pricilia sebesar Rp. 157.800.000,-, pada tahun 2016 pendapatan Salon Pricilia sebesar Rp. 159.550.000,-, pada tahun 2017 pendapatan Salon Pricilia sebesar Rp. 160.150.000,-, pada tahun 2018 kemarin pendapatan Salon Pricilia sebesar Rp. 165.250.000, dan pada tahun 2019 kemarin pendapatan Salon Pricilia sebesar Rp. 166.090.000. Kepuasan pelanggan pada salon Pricilia didapatkan dari wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada beberapa pelanggan salon Pricilia. Mayoritas pelanggan salon Pricilia merasa puas dengan pelayanan jasa yang tersedia, berikut adalah data kepuasan pelanggan dari Salon Pricilia dapat dilihat pada tabel 1.3:

Tabel 1.3: Data Kepuasan Pelanggan Jasa Salon Pricilia Tahun 2020

Jenis Jasa	Kepuasan Pelanggan		
	Puas	Kurang Puas	Tidak Puas
Potong Rambut Dewasa	76	6	-
Potong Rambut Anak-Anak	71	11	-
<i>Rebonding</i>	74	8	-
<i>Smoothing</i>	78	4	-
<i>Creambath</i>	77	5	-

Sumber: Salon Pricilia Tahun 2020

Berdasarkan tabel 1.3, mayoritas pelanggan merasa puas dengan pelayanan jasa yang tersedia di Salon Pricilia. Pelanggan Salon Pricilia merasa bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan Salon Pricilia kepada pelanggan memuaskan. Kualitas Layanan yang menjadi penyebab dari meningkatnya pendapatan Salon Pricilia. Berdasarkan data dan fenomena diatas, penulis melakukan penelitian pada Salon Pricilia di Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember dengan

menggunakan menganalisa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan karena penulis merasa bahwa masalah ini menarik dan layak untuk ditelaah lebih lanjut.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Salon Pricilia di Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember ?
2. Apakah kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Salon Pricilia di Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember ?
3. Apakah daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Salon Pricilia di Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember ?
4. Apakah jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Salon Pricilia di Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember ?
5. Apakah empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Salon Pricilia di Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan Salon Pricilia di Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan Salon Pricilia di Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan Salon Pricilia di Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan Salon Pricilia di Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.
5. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan Salon Pricilia di Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Ilmu Pengetahuan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap ilmu pengetahuan, khususnya dalam manajemen pemasaran.
2. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi tentang pengaruh persepsi konsumen mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Bagi Universitas

Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan tambahan wacana ilmiah bagi Universitas Muhammadiyah Jember sebagai bahan acuan dan atau pertimbangan dalam penulisan karya ilmiah.

4. Bagi Peneliti

Peneliti berharap dapat memberikan kontribusi terhadap kalangan akademis yang akan melakukan penelitian ini, serta menambah pengalaman, wawasan dan mengaplikasikan pengetahuan teori yang diperoleh selama study di Jurusan Manajemen (Pemasaran) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

