

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan cara tepat 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. Pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun (Lupiyoadi 2006),

Cantik memang dambaan setiap insan wanita namun jika ditelaah dengan pikiran yang terbuka, kecantikan memiliki makna yang begitu luas. Kecantikan tidak hanya dilihat dari fisik. Kecantikan bisa pula dilihat dari rasa percaya diri, keunikan pribadi, dan tidak terpaku pada dimensi visual yang dapat dilihat mata. Jika ditanya apakah seorang wanita ingin selalu tampak terlihat cantik? Tentulah tak seorangpun akan menjawab, tidak! Tampil anggun dan menawan adalah harapan setiap wanita. Banyak wanita yang rela melakukan apa saja agar dapat predikat cantik. Hal ini wajar baik bagi wanita usia muda, maupun yang sudah berumur pun akan senang jika mendapat pujian cantik. Merawat tubuh menjadi prioritas utama dalam rangka mempercantik diri. Dan bicara tentang perawatan tubuh, seperti perawatan rambut dan wajah, tentu akan erat kaitannya dengan salon kecantikan.

Kualitas diartikan sebagai suatu kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. (Tjiptono 2004). (Sugiarto 2002) Pelayanan adalah upaya maksimal yang diberikan oleh petugas pelayanan dari sebuah perusahaan industri untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga tercapai kepuasan. Kualitas pelayanan menurut (Tjiptono, 2004), yaitu kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan

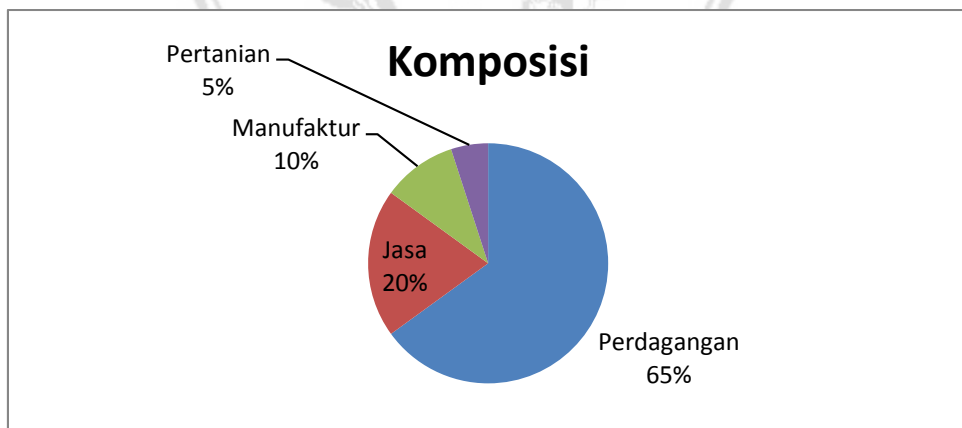
dipersepsikan buruk.(Tjiptono, 2004). Berdasarkan penjelasan yang dipaparkan diatas oleh Tjiptono maka dapat diindikasikan bahwa sebuah kualitas pelayanan yang diharapkan oleh masyarakat sebagai penerima layanan mengharapakan tingkat keunggulan dari setiap jasa pelayanan yang didapat dari pelayanan yang didapatkan sebelumnya. Bila pelayanan yang diberikan melampaui harapan dari masyarakat pelanggan maka kualitas pelayanan yang diberikan akan mendapatkan persepsi yang ideal dari para penerima pelayanan.

Kotler (2002) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. (Yamit 2005) kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Dalam konsep kepuasan konsumen, terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu harapan dan kinerja. Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa Latin "*satis*" yang berarti cukup baik atau memadai dan "*facio*" yang berarti melakukan atau membuat. Apabila kinerja berada di atas presepsi konsumen, maka konsumen akan sangat puas dan demikian pula sebaliknya apabila kinerja yang ada berada di bawah presepsi konsumen, maka konsumen akan kecewa. Apabila pelayanan diberikan secara baik dan sopan terhadap konsumen selayaknya seorang raja, maka konsumen akan kembali pulang dengan hati yang puas.

Berikut gambar pertumbuhan usaha bisnis di Indonesia pada tahun 2018

### Pertumbuhan Bisnis di Indonesia 2018

Gambar 1.1



### Sumber Bisnis di Indonesia 2018

Sektor	Komposisi
Perdagangan	65%
Jasa	20%
Manufaktur	10%
Pertanian	5%

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa pertumbuhan bisnis di Indonesia semakin pesat bermunculan/berdiri. Dengan terus berkembangnya jenis bisnis ini dari waktu ke waktu, dalam berbagai sektor perusahaan bisnis di antara lain dagang 65% , jasa 20%, manufaktur 10%, pertanian 5%, Kepuasan konsumen merupakan faktor penting untuk bisa terus bersaing dengan pesaing-pesaing di bidang usaha sejenis. Hal ini dikarenakan dengan memberikan kepuasan kepada konsumen, perusahaan dapat meningkatkan keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Untuk bisa mendapatkan kepuasan konsumen salah satunya adalah dengan memberikan kualitas layanan yang baik agar konsumen merasa nyaman dalam menikmati setiap produk yang ditawarkan oleh perusahaan bisnis.

Strategi yang dapat dilakukan Salon King Jember untuk meningkatkan konsumen diperlukan suatu analisis mengenai kondisi sebuah usaha, Hasil Pranedo (2015) dalam penelitiannya yang berjudul Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Menggunakan Metode Ipa Pada Ahass 01108 Anugrah Jaya Semarang, mendapati hasil berdasarkan perhitungan tingkat kesesuaian dari keseluruhan dimensi kualitas pelayanan yaitu : bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) diperoleh rata-rata sebesar 93,33%. Pada diagram kartesius, berdasarkan jarak terjauh darigaris prioritas menunjukkan bahwa Tangible 3 (fasilitas ruang tunggu dan lainlain) menjadi prioritas yang besar dan utama untuk harus ditingkatkan untuk menghasilkan kinerja bengkel yang lebih baik. Kariman (2012) dalam penelitian yang berjudul Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rawat Inap Rsu Tangerang, Dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA), diperoleh hasil bahwa variabel *Tangible* secara keseluruhan didapatkan rata-rata sebesar 91% maka *tangible* rawat inap RSU Tangerang masuk kategori sangat memuaskan. Variabel *Reliable* secara keseluruhan didapatkan rata-rata sebesar 87,5% maka *reliable* rawat inap RSU Tangerang masuk kategori sangat memuaskan. Variabel *Responsive* didapatkan rata-rata sebesar 83,1% maka *responsive* RSU Tangerang masuk kategori sangat memuaskan. Variabel *assurance* mendapatkan rata-rata sebesar 89,9% maka *assurance* RSU Tangerang masuk kategori sangat memuaskan. Variabel *Empathy* mendapatkan rata-rata sebesar 89% maka *empathy* RSU Tangerang masuk kategori sangat memuaskan. Secara keseluruhan rata-rata tingkat kepuasan RSU Tangerang sebesar 88,1% maka masuk dalam kategori sangat memuaskan. Rahmawati (2010) dalam penelitian yang berjudul Analisis kualitas pelayanan jasa menggunakan Metode servqual dan *importance performance Analysis* di kantor perpustakaan dan arsip Kabupaten karanganyar, Berdasarkan analisis IPA, terdapat 23 atribut yang paling penting namun kinerjanya tidak memuaskan pengguna. Salah satu prioritas atribut dengan nilai kinerjanya paling tidak memuaskan itu adalah : “kelengkapan koleksi”. Untuk meningkatkan kinerja

pada atribut ini dilakukan usaha-usaha antar lain : pengadaan bahan koleksi dengan cara pembelian bahan koleksi, mengajukan bantuan atau sumbangan kepada pihak-pihak yang bisa dimintai bantuan, mengadakan kerja sama tukar menukar bahan koleksi dengan pihak perpustakaan lain.

Salon King Jember sendiri memiliki unsur-unsur dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan, kepuasan konsumen. Kualitas layanan dari Salon King Jember sendiri memiliki unsur dari pelayanan yang ramah tamah, dari segi pertama yaitu pada saat konsumen masuk terdapat pegawai yang menyambut konsumen dan bertanya dengan senyuman lebar, dapat dilihat pegawai yang dimiliki merupakan pegawai pilihan. dari desain salon yang mewah, semua tertata rapi, dan vasilitas AC. Dan terdengar suara lirih-lirih lagu yang diputar pada salon tersebut, penataan lampu yang baik yaitu tidak terlalu terang dan tidak terlalu redup cahayanya. Kepuasan konsumen pada Salon King Jember ini dapat dilihat dimana konsumen setelah membayar pada kasir, selalu mengucapkan terima kasih kepada pelayan dengan senyum puas. hal ini meyakinkan peneliti memilih obyek Salon King Jember untuk diteliti lebih dalam tentang unsur-unsur dari metode penelitian.

Penelitian kali ini difokuskan kepada jasa salon king. Kini di kota Jember terdapat banyak salon kecantikan, salah satunya adalah Salon King, Salon King yang berada di Jalan Sumatra No. 112 A adalah jenis usaha yang berkaitan dengan jenis usaha bisnis penyediaan jasa yang lengkap untuk perawatan kecantikan. Salon King ini berdiri pada tahun 2015 yang didirikan oleh Yully dan beralamat di Jalan Sumatra No. 112 A Jember. Salon King ini buka dari hari Senin sampai Minggu, dimulai dari jam 09.00 sampai jam 20.00, yang ingin mencoba pelayanan di Salon King dan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan. Persaingan jasa salon di Jember Jalan Sumatra ini cenderung cukup ketat, karena terdapat 2 salon pesaing Salon King yaitu salon Kita dan salon Gaul. Dengan memperbandingkan banyak pelanggan yang datang dan sudah menjadi pelanggan tetap, penulis mengambil inisiatif untuk meneliti Salon King yang lebih banyak didatangi pelanggan dari pada Salon Kita dan Salon Gaul tersebut. Beberapa faktor yang diduga berpengaruh terhadap ramainya Salon King yaitu meliputi harga dan pelayanan di yang terdapat di salon itu.

### **Perkembangan Bisnis Jasa (Bisnis Salon)**

**Tabel 1.1**

<b>No</b>	<b>Nama Salon</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>	<b>Persentase</b>
1	Salon King	6.276	25%
2	Salon Kita	4.885	20%
3	Salon Gaul	3.070	15%
4	Salon Indah Sari	6.342	30%
5	Salon Silvyva	3.010	10%

**Sumber : Data Primer (2018)**

Berdasarkan tabel 1.1 diatas Salon King berada pada posisi Kedua dengan jumlah pengunjung paling tinggi sebesar 25%. Berbagai macam startegi telah diterapkan oleh Salon king untuk dapat merebut dan menarik perhatian konsumen serta dapat mempertahankan persaingan yang sangat ketat. Yang dilakukan Salon King adalah memberikan kenyamanan tempat dan suasana, hingga menyediakan peralatan-peralatan yang modern ruang tunggu yang nyaman dengan fasilitas yang sangat baik yang telah di sediakan oleh Salon King.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah di paparkan diatas, rumusan masalah yang timbul adalah bagaimanakah kinerja kualitas layanan Salon King Jember menurut konsumen dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas, penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja kualitas layanan Salon King Jember menurut konsumen dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis*.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi tentang pengaruh persepsi konsumen mengenai harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **2. Bagi Universitas**

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

#### **3. 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 studi di Jurusan Manajemen (Pemasaran) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.