

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pernikahan merupakan suatu langkah hidup yang penting dalam kehidupan manusia dan bukan sekedar hubungan laki-laki dengan perempuan. Perkawinan mempunyai makna yang kokoh baik lahir maupun batin antara seorang laki-laki dengan seorang perempuan untuk membentuk rumah tangga atau keluarga sesuai dengan tujuan dan ketentuan dari Tuhan dalam rangka beribadah kepada-Nya. Dalam proses pernikahan terdapat beberapa syarat yang diatur oleh norma-norma maupun tradisi yang berlaku dalam kehidupan masyarakat. Tradisi untuk memperingati acara pernikahan di masyarakat adalah melaksanakan tata upacara pernikahan yang dirayakan dengan serangkaian upacara yang mengandung nilai budaya luhur, suci, dan memiliki arti filosofis tersendiri.

Tradisi atau tata cara pernikahan di setiap daerah di Indonesia memiliki karakter yang berbeda, yang dipengaruhi oleh budaya, adat istiadat, legenda, juga kondisi sosial masyarakatnya. Salah satu karakter tersebut dapat dilihat melalui busana, aksesoris, dan tata rias pengantinnya, yang merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Tata rias pengantin merupakan karya seni budaya yang berkembang di dalam sebuah kelompok masyarakat dan keberadaannya selalu dicoba untuk dilestarikan (Riefky, 2012:15). Sebagai sebuah karya seni, tata rias pengantin juga mengalami perkembangan sesuai dengan perkembangan lingkungan dan hidup manusia itu sendiri. Tata rias pengantin di setiap daerah memiliki pakem dan tata cara adat istiadat yang berbeda, seiring berkembangnya zaman, busana pengantin telah mengalami banyak perkembangan dari pakemnya. Model busana selalu berubah setiap waktu mengikuti tren yang ada. Hal ini tentu saja berpengaruh terhadap tata rias wajah yang juga berkembang mengikuti zaman. Salah satu tata rias pengantin di Indonesia yang turut mengikuti perkembangan yaitu tata rias pengantin Solo.

Tata rias pengantin Solo Basahan memakai busana kain dodotan, kemben, dan sampur. Pembeda dari tata rias antara tata rias pengantin Solo putri dan Basahan juga terlihat dari segi paes pada dahi yang diisikan menggunakan pidih

berwarna hijau serta alis yang bermotif manjangan meranggah. Kemunculan beragam jasa tata rias yang menyediakan layanan Solo Basahan menimbulkan tantangan bagi konsumen dalam memilih sanggar yang tepat, sementara bagi sanggar tersebut menjaga eksistensi Solo Basahan dalam repertoar layanan mereka memerlukan pertimbangan yang matang terkait kualitas pelayanan dan harga. Fenomena ini menyoroti pentingnya strategi diferensiasi dan penetapan harga yang bijaksana bagi para penyedia jasa tata rias dalam mempertahankan pangsa pasar.

Pemilihan jasa pengantin Solo Basahan khususnya jasa tata rias pengantin Jawa “Solo Basahan” oleh Sanggar Arrusa Wedding, di DKI Jakarta sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan penting. Pertama, Solo Basahan merupakan salah satu tradisi tata rias pengantin khas Jawa yang memiliki nilai budaya yang mendalam, termasuk filosofi dan estetika yang khas dan tidak dimiliki oleh tata rias pengantin daerah lain. Keunikan ini menjadikan Solo Basahan bukan hanya sebagai layanan tata rias biasa, melainkan sebagai warisan budaya yang harus dijaga kelestariannya di tengah arus modernisasi yang semakin mengglobal. Selain itu, adanya jasa pengantin Solo Basahan saat ini menghadapi tantangan besar berupa persaingan yang semakin ketat di industri jasa tata rias, khususnya di daerah Jakarta. Banyak sanggar dan *makeup artist* berlomba-lomba menawarkan berbagai model dan harga yang beragam untuk menarik perhatian konsumen. Situasi ini menimbulkan dinamika yang kompleks dalam hal kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga yang berdampak langsung pada kepuasan konsumen.

Berdasarkan observasi awal dan data primer, terdapat indikasi bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa Solo Basahan masih belum optimal. Hal ini tercermin dari adanya ketidakpuasan terhadap kualitas layanan maupun harga yang dianggap belum sepadan dengan manfaat yang diterima. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada jasa Solo Basahan menjadi sangat relevan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang faktor-faktor yang perlu diperbaiki dan dikembangkan. Kemudian, dengan fokus pada jasa pengantin Solo Basahan, penelitian ini tidak hanya memiliki nilai akademis dalam bidang pemasaran dan manajemen jasa, tetapi juga memiliki nilai sosial dan budaya. Penelitian ini

diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pelaku usaha tata rias dalam meningkatkan kualitas layanan sekaligus membantu pelestarian tradisi budaya Solo yang unik melalui pengelolaan usaha yang lebih baik.

Berdasarkan konteks yang semakin kompleks dari permintaan yang meningkat dan persaingan yang intensif dalam industri jasa tata rias, perhatian terhadap kualitas pelayanan dan penetapan harga menjadi krusial untuk menggugah preferensi konsumen. Penelitian ini menyoroti faktor-faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jasa tata rias, dengan fokus pada dimensi kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga.

Kualitas jasa dan kepuasan konsumen merupakan faktor yang paling penting untuk bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Kepuasan konsumen semakin menjadi perhatian bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pelayanannya, sehingga kepuasan konsumen di tempatkan sebagai tujuan utama perusahaan.

Kepuasan konsumen adalah suatu kecenderungan yang muncul dari seorang konsumen baik senang maupun kecewa dan merupakan pandangan individu yang muncul setelah adanya perbedaan pandangan pelaksanaan barang dan apa yang umumnya diharapkan (Rumagit, 2020). Pemenuhannya dengan baik dapat ditunjukkan dengan korespondensi yang baik antara pembeli dan organisasi, dengan korespondensi yang baik akan mendorong perilaku yang tepat dan kemudian pergi ke pertukaran informal dengan pembeli yang berbeda, dengan cara itu sebuah organisasi akan memiliki gambaran yang menarik sesuai dengan wilayah sekitarnya dan orang-orang yang telah menggunakan administrasi organisasi yang sebenarnya.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang tinggi, perusahaan harus menawarkan pelayanan yang mampu diterima dan dirasakan konsumen sesuai dengan atau melebihi apa yang diharapkan konsumen. Dengan semakin tinggi kualitas pelayanan atau melebihi harapan, konsumen akan merasa puas.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap

kepuasan konsumen (Mutiara et al., 2021). Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan konsumen serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali (*re-buying*), yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas.

Kredibilitas perusahaan, reputasi perusahaan, maupun identitas perusahaan juga berpengaruh pada pembentukan citra perusahaan. Namun selain beberapa hal di atas, kinerja masing-masing personel perusahaan juga merupakan faktor yang penting dalam membentuk citra perusahaan. Tiap-tiap personel harus mampu memberikan kinerja yang memuaskan seperti yang diharapkan konsumen. Jika masing-masing personel mampu melakukan hal tersebut, maka hal ini akan menguntungkan perusahaan. Kinerja yang baik akan menghasilkan citra perusahaan yang baik pula, sehingga di sini perusahaan diuntungkan selain memiliki konsumen lama perusahaan juga berpeluang memperoleh konsumen baru akibat citra perusahaan yang baik.

Selain dituntut memberikan pelayanan yang berkualitas, pihak penyedia jasa juga harus peka terhadap apa yang diinginkan oleh konsumen. Selama proses penyampaian jasa dari pihak jasa kepada konsumen, mungkin ada beberapa hal yang belum sesuai dengan keinginan konsumen, maka pihak jasa sebaiknya peka terhadap hal tersebut. Seandainya ada keluhan dari konsumen, sebaiknya pihak jasa dengan sigap menanggapi keluhan tersebut. Sekiranya memungkinkan, pihak jasa lebih baik langsung menanyakan kepada konsumen tentang apa kekurangannya sehingga dapat segera memperbaikinya saat itu juga agar tercapai kepuasan konsumen.

Selain kualitas pelayanan, faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Harga merupakan faktor penting dalam penjualan, harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Menurut Gandhi (2020), harga memainkan peran yang sangat penting karena penentuan harga terkait langsung dengan pendapatan

yang diterima oleh perusahaan, keputusan penentuan harga juga sangat penting dalam menentukan seberapa jauh layanan/jasa dinilai oleh konsumen, dan juga dalam membangun citra. Mengenai pembeli, biaya merupakan bahan pertimbangan dalam memilih suatu pembelian. Karena biaya suatu barang mempengaruhi perasaan pembeli tentang barang tersebut. Biaya dan kualitas berdampak pada kepuasan konsumen, masih ada sedikit bukti eksperimental yang menyelidiki hubungan ini. Ini adalah salah satu faktor yang tidak diperhatikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan mempertimbangkan kembali untuk menggunakan barang tersebut dan akan merasa kecewa setelah membeli atau menggunakan tenaga dan produk tersebut.

Dalam penelitian ini, jasa tata rias pengantin Jawa "Solo Basahan" yang ditawarkan oleh Sanggar Arrusa Wedding menjadi objek penelitian. Sanggar ini menetapkan harga layanan tata rias pengantin dalam kisaran Rp10.000.000 hingga Rp30.000.000, tergantung pada paket dan fasilitas yang dipilih oleh konsumen. Harga tersebut diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yaitu: Grade A untuk paket lengkap dengan fasilitas premium, Grade B untuk paket menengah dengan fasilitas standar, dan Grade C untuk paket dasar dengan fasilitas minimalis. Variasi harga dan fasilitas ini menjadi salah satu pertimbangan utama konsumen dalam menilai layanan yang diberikan serta tingkat kepuasan yang dirasakan setelah menggunakan jasa tersebut.

Berdasarkan observasi sementara terhadap pengaruh tingkat kualitas dan harga Solo Basahan, banyak sekali salon wedding makeup pengantin dalam dunia usaha seperti ini mereka berusaha bersaing secara global untuk mendapatkan keuntungan dan kepuasan klien. Dalam dunia kerja, kita sebagai penyedia jasa kejelian menjadi faktor penting untuk mengetahui perkembangan minat klien, dan selalu mengoreksi apa kelebihan yang membuat konsumen puas, dan apa kekurangan yang menyebabkan konsumen kecewa.

Ada beberapa penyedia jasa makeup artist yang sangat penting dalam mengetahui fase kesenangan klien saat menggunakan jasa atau produk Solo Basahan. Kebanyakan setiap makeup artist memiliki keterampilan yang sangat berbeda-beda bahkan memiliki ciri khasnya masing-masing. Terlebih akan ada

kritikan dari setiap klien dari beberapa salon yang ada, seperti: harganya mahal dengan produk high end namun dengan hasil yang kurang memuaskan, ada juga yang hasilnya memuaskan tetapi untuk pelayanannya kurang baik, ada yang produknya lokal dengan hasil bagus dengan makeup yang tahan lama, bahkan ada klien lebih memilih harga murah tetapi untuk hasil tahan lamanya makeup sangat kurang.

Berikut data hasil observasi mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa tata rias Jawa “Solo Basahan” di Sanggar Arrusa Wedding yang dilakukan pada 10 orang konsumen. Konsumen diberikan 10 pertanyaan terkait kualitas pelayanan dan harga dengan keterangan jawaban yaitu 1 “Merasa tidak puas” dan 2 “Merasa puas”.

Tabel 1. 1 Data Observasi Awal

Obs	Kualitas Pelayanan					Harga				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1
5	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
8	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

(Sumber: Data Primer, 2024).

Berdasarkan observasi mengenai Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap jasa tata rias Jawa "Solo Basahan," melalui kuesioner dengan sampel 10 orang konsumen yang ditinjau dari faktor kualitas pelayanan dan harga. Untuk faktor kualitas layanan, 25% konsumen merasa puas dengan 8 poin puas dibandingkan 12 poin tidak puas. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak konsumen yang merasa bahwa kualitas layanan belum memenuhi harapan mereka. Situasi ini menjadi perhatian penting bagi penyedia jasa untuk meningkatkan kualitas layanan agar lebih baik dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

Sementara itu, pada faktor harga, 27% konsumen merasa puas dengan 7 poin puas dan 13 poin tidak puas. Meskipun sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan terhadap kualitas layanan, angka ini tetap menunjukkan bahwa lebih banyak konsumen yang merasa bahwa harga yang ditawarkan belum sebanding dengan kualitas yang mereka terima. Kedua faktor ini memberikan gambaran bahwa ada ruang yang signifikan bagi penyedia jasa tata rias "Solo Basahan" untuk melakukan perbaikan dan penyesuaian guna meningkatkan tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan (Sumber: Data Primer, 2024).

Jawaban responden memberikan gambaran tingkat kepuasan konsumen yang kurang baik terhadap jasa Solo Basahan. Hal ini dikarenakan harga dan kualitas layanan yang diberikan oleh jasa tata rias Solo Basahan kurang baik. Dari segi harga yang ditawarkan oleh Solo Basahan kepada pengantin cukup bervariasi, mulai dari harga paket WO terendah yaitu Rp 1.500.000 dan yang paling tertinggi yaitu Rp 60.000.000, sehingga Solo Basahan mampu menyesuaikan kemampuan budget konsumen. Di samping itu Solo Basahan juga kurang berupaya memberikan kualitas layanan yang optimal, sehingga hal ini dapat menurunkan tingkat kepuasan konsumen.

Untuk itu, berlandaskan beberapa hal yang sudah dipaparkan di atas, peneliti ingin meneliti persepsi konsumen dalam melakukan pengambilan tata rias pengantin Jawa "Solo Basahan." Dengan demikian, peneliti melakukan riset berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen 'Solo Basahan'."

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah di uraikan di atas, maka bisa di identifikasikan beberapa masalah diantaranya:

1. Kurangnya kualitas pelayanan dan harga yang menarik membuat penjualan konsumen menurun karena pengunjung sepi.
2. Kurangnya kualitas pelayanan terhadap konsumen dalam menanggapi permasalahan *complaint* konsumen oleh pengelola Rias pengantin Jawa "solo basahan".

### **1.3 Pembatasan masalah**

Bersumber pada identifikasi masalah diatas yang dijelaskan pada penelitian ini permasalahan diberi batas pada kajian tentang ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Jasa tata rias pengantin Jawa “solo basahan” pada tahun 2024. Untuk menghemat waktu dan tenaga, bahwa perlu dilaksanakan pembatasan masalah dengan arti agar pengkajian lebih terarah. Objek pada penelitian tersebut dibatasi pada aktivitas diantaranya :

1. Variabel yang akan dijelaskan pada penelitian ini yakni kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel independen, dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini dapai diidentifikasi dengan merujuk pada informasi latar belakang.

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Jasa tata rias pengantin Jawa “solo basahan” ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Jasa tata rias pengantin Jawa “solo basahan” ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Jasa tata rias pengantin Jawa “solo basahan” ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Jasa tata rias pengantin Jawa “solo basahan”.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Jasa tata rias pengantin Jawa “solo basahan”.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Jasa tata rias pengantin Jawa “solo basahan”.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

#### **1.6.1 Kegunaan Teoritis**

1. Penelitian yang diinginkan sebagai literatur dalam perkembangan ilmu manajemen pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan

dan harga terhadap kepuasan konsumen Jasa tata rias pengantin Jawa “solo basahan”.

2. Penelitian yang diinginkan bisa menjadi evaluasi bagi pimpinan pengelola Jasa tata rias pengantin Jawa “solo basahan” untuk tetap menumbuhkan kualitas rias pengantin Jawa “solo basahan” menjadi lebih baik dan memiliki citra rias pengantin Jawa “solo basahan” yang baik terhadap publik.

### **1.6.2 Kegunaan Praktis**

1. Bagi Universitas

Penelitian yang diinginkan untuk membantu pandangan yang luas kepada mahasiswa dan bisa dipakai untuk meningkatkan referensi seperti bahan penelitian lanjutan yang lebih meluas pada masa depan.

2. Bagi Penulis

Penelitian yang diinginkan bisa membagikan pemahaman yang luas bagi masyarakat (*public relation*), terutama bagi rias pengantin Jawa “solo basahan” yang ingin tetap mempertahankan posisi dalam mengalami persaingan dengan rias pengantin Jawa “solo basahan” lainnya.

3. Bagi Pemilik Usaha

Bagi Pemilik Usaha diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijaksanaan khususnya dalam hal mempertahankan konsumen melalui peningkatan kualitas pelayanan.

*Intelligentia - Dignitas*