

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri jasa dalam beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan yang sangat pesat, termasuk pada sektor jasa kecantikan seperti salon. Pesatnya pertumbuhan industri kecantikan pada akhirnya sangat dipengaruhi oleh gaya hidup wanita yang semakin berkembang dan besarnya permintaan masyarakat untuk merawat diri agar terlihat cantik (Audia et al., 2024).

Perkembangan industri kecantikan ini juga berkaitan dengan perubahan pandangan masyarakat terhadap aktivitas perawatan diri (*self-care*). Perawatan diri tidak lagi hanya dianggap sebagai kegiatan untuk menjaga kebersihan dan kesehatan tubuh, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup yang berkaitan dengan upaya meningkatkan penampilan serta kepercayaan diri. Perhatian terhadap penampilan mendorong individu untuk melakukan berbagai bentuk perawatan kecantikan, seperti perawatan rambut, kulit, dan penggunaan layanan kecantikan profesional. Penggunaan produk kecantikan memiliki keterkaitan dengan peningkatan kepercayaan diri, karena individu berusaha memperbaiki penampilan fisiknya agar merasa lebih nyaman dalam lingkungan sosial (Wilbert & Effendy, 2023). Hal tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap perawatan diri semakin meningkat sehingga mendorong pertumbuhan layanan jasa kecantikan seperti salon.

Salon kecantikan merupakan jasa yang bergerak pada kegiatan pelayanan pelanggan dalam hal kesehatan dan kecantikan, yaitu baik rambut maupun kulit (Rostamailis et al., 2009). Salon kecantikan sebagai perusahaan bisnis jasa tidak hanya dituntut untuk menyediakan berbagai jenis layanan, tetapi juga memberikan pelayanan yang berkualitas agar mampu bersaing dan memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberlangsungan perusahaan jasa di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif (Indrasari, 2019).

Kualitas pelayanan berperan dalam menciptakan kepuasan pelanggan karena pelanggan akan menilai pelayanan berdasarkan kesesuaian antara harapan dengan pelayanan yang diterima (Tjiptono & Chandra, 2019). Semakin baik kualitas

pelayanan yang diberikan dan semakin sesuai dengan harapan pelanggan, maka semakin besar kemungkinan pelanggan merasa puas.

Salah satu contoh salon yang sekaligus berfungsi sebagai sarana pembelajaran adalah Salon D'el Jasmint yang berada di Universitas Negeri Jakarta. Salon ini merupakan ruang *teaching factory* yang bertujuan untuk menghubungkan pembelajaran di perguruan tinggi dengan kebutuhan dunia industri. Selain memberikan pelayanan kecantikan kepada pelanggan, Salon D'el Jasmint juga menjadi tempat bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan teknis, pengalaman kerja, serta kemampuan dalam mengelola usaha jasa kecantikan sebagai bekal memasuki dunia kerja. D'el Jasmint memiliki terapis/*beautician* yang merupakan mahasiswa program studi D4/S1 tata rias yang dibagi dalam beberapa kelompok dan bertugas secara bergantian setiap dua minggu dan berlangsung selama satu semester. Setiap kelompok terdiri dari enam hingga tujuh orang, dan masing – masing mahasiswa dalam tiap kelompok tersebut diwajibkan memenuhi target pelayanan sebanyak 25 *treatment*.

Layanan perawatan kecantikan yang ada pada salon D'el Jasmint, meliputi *hair treatment* (*hair spa*, *hair mask*, *hair toning*, dan *creambath*), *hair styling* (cuci *blow*, pewarnaan rambut, dan pemotongan rambut), *nail Treatment* (*manicure*, *pedicure*, *nail art*), serta *face treatment* seperti *facial* manual. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan Ghina (Mahasiswa Tata Rias 2023, 22 Oktober 2025), ditemukan permasalahan. Ghina menyampaikan bahwa dari berbagai jenis layanan yang ditawarkan, hanya beberapa layanan tertentu seperti *hair treatment*, *hair cutting*, *hair coloring*, dan *nail treatment* yang paling banyak diminati, sementara layanan lain seperti *facial* manual relatif jarang dipilih. Menurut Ghina, kondisi tersebut terjadi karena kemampuan mahasiswa dalam menguasai setiap jenis layanan belum merata. Sebagian mahasiswa dinilai lebih terampil pada layanan tertentu, sementara pada layanan lainnya masih memerlukan peningkatan keterampilan. Ketimpangan kemampuan tersebut dapat memengaruhi konsistensi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan sehingga berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi, ditemukan bahwa terdapat perbedaan keterampilan dan kemampuan antar mahasiswa dalam memberikan layanan di

Salon D'el Jasmint. Perbedaan tersebut menyebabkan kualitas pelayanan yang diterima pelanggan belum merata pada setiap beautician dan jenis layanannya. Pada *teaching factory*, kondisi ini seharusnya dapat diminimalisir melalui adanya pendampingan dari dosen atau tenaga ahli, dalam setiap proses pelayanan. Pendampingan dari dosen atau tenaga ahli memiliki peran penting dalam memastikan pelayanan yang diberikan tetap sesuai dengan standar profesional, sekaligus sebagai sarana pembelajaran bagi mahasiswa dalam meningkatkan keterampilan teknis dan kemampuan pelayanan. Namun, pada kenyataannya pendampingan tersebut belum sepenuhnya optimal, sehingga berpotensi memengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Permasalahan lain yang ditemukan adalah belum adanya instrumen khusus untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan di salon D'el Jasmint. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ghina, hingga saat ini pihak salon belum memiliki instrumen pengukuran atau kuesioner yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Sehingga pihak salon belum memiliki data yang dapat dijadikan sebagai dasar dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Pengukuran kepuasan pelanggan perlu dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta menjadi masukan dalam melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan usaha jasa, termasuk salon kecantikan. Pelanggan yang merasa puas cenderung akan kembali menggunakan layanan, merekomendasikannya kepada orang lain, serta membangun loyalitas terhadap penyedia jasa (Tjiptono & Chandra, 2019). Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas dapat mengurangi kepercayaan terhadap layanan yang diberikan dan berdampak pada citra salon.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Kholif (2025) pada Sisters Studio menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik, seperti keramahan karyawan serta fasilitas yang modern dan terawat, mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil yang serupa juga ditemukan oleh Azzahra *et al.* (2025) pada salon kecantikan Erlin Beauty Gallery, yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Meskipun

demikian, kedua penelitian tersebut dilakukan pada salon kecantikan komersial. Sementara itu, penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada salon praktik di lingkungan perguruan tinggi, khususnya Salon D'el Jasmint Universitas Negeri Jakarta, belum banyak dilakukan. Salon D'el Jasmint memiliki karakteristik yang berbeda karena pelayanan diberikan oleh mahasiswa yang sedang mengembangkan keterampilan praktik.

Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin meneliti lebih dalam mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Salon D'el Jasmint Universitas Negeri Jakarta dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon D'el Jasmint Universitas Negeri Jakarta”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut :

1. Terdapat perbedaan keterampilan dan kemampuan antar *beautician*.
2. Belum adanya pengukuran kepuasan pelanggan untuk menjadi bahan evaluasi.
3. Belum diketahui apakah kualitas pelayanan tersebut memengaruhi kepuasan pelanggan.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diatas maka penelitian ini dibatasi hanya meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Salon D'el Jasmint Universitas Negeri Jakarta dan responden penelitian adalah pelanggan yang telah menggunakan layanan di Salon D'el Jasmint Universitas Negeri Jakarta.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka masalah pada penelitian ini adalah, “Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan salon D'el Jasmint Universitas Negeri Jakarta dan seberapa besar pengaruhnya?”

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan salon D'el Jasmin Universitas Negeri Jakarta dan besar pengaruhnya.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis, yaitu :

1.6.1 Manfaat teoretis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan kajian ilmiah di bidang manajemen jasa, khususnya dalam konteks tata rias dan pelayanan kecantikan.
2. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi akademik bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti topik serupa, terutama mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.6.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi Salon D'el Jasmin, penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan dan menjadi acuan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. Bagi Mahasiswa Tata Rias Universitas Negeri Jakarta, penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang pentingnya kualitas pelayanan dalam mengelola usaha di bidang kecantikan.
- c. Bagi Universitas Negeri Jakarta, penelitian ini diharapkan menjadi tambahan referensi dan bahan pustaka bagi Program Studi Pendidikan Tata Rias, serta mendukung pengembangan ilmu pengetahuan.
- d. Bagi Masyarakat, penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai pentingnya kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan pelanggan, dan menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat dalam memilih penyedia jasa salon yang mampu memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.