

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Persaingan terjadi antara produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan serta memberikan kepuasan pada pelanggan secara maksimal, pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik baiknya. Menurut (Kolter, 2000:50) Kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya nilai moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran.

Adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Pelanggan puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Pelanggan benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.

Menurut Tjiptono (2004:145) “perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin didasari bahwa pelayanan (kualitas pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan”.

Kegiatan wirausaha merupakan salah satu pekerjaan yang di minati masyarakat. Wirausaha merupakan pengambilan resiko untuk menjalankan usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang untuk menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan yang inovatif sehingga usaha yang dikelola berkembang menjadi besar dengan mandiri dalam menghadapi tantangan-tantangan persaingan (Narsullah Yusuf, 2006).

Wirausaha dapat memberikan kesejahteraan pada masyarakat karena dapat menambah berbagai lowongan pekerjaan serta menawarkan berbagai produk yang tidak hanya berupa barang melainkan jasa. Salah satu bisnis kewirausahaan yang menjanjikan adalah usaha dibidang kecantikan. Bisnis kecantikan bukan hanya tentang perawatan tetapi semua yang berhubungan dengan kecantikan pada umumnya seperti salon kecantikan, tempat SPA, dan sanggar rias pengantin. Salon kecantikan dipercaya untuk menangani berbagai jenis perawatan.

Salon perawatan badan yang beraneka ragam dapat menjadi pilihan untuk para calon pelanggan. Untuk dapat dipilih, ada kriteria yang harus dimiliki oleh suatu salon misalnya, jenis paket yang disediakan, harga yang ditawarkan, atau cara pelayanannya. Pelanggan yang telah mendapatkan pelayanan yang baik, berpeluang untuk mendatangkan pelanggan-pelanggan lain.

Kebutuhan pelanggan yang meningkat akan jasa salon perawatan badan pelayanan pun harus ditingkatkan, agar pelanggan menjadi puas. Seorang usaha harus memiliki ide-ide baru serta memiliki kemampuan pengelolaan yang baik agar pelanggan menjadi puas dan kembali, sehingga

keberadaan salon kecantikan akan berlangsung lama. Pelayanan yang baik juga dapat dijadikan patokan dalam bersaing untuk mendapatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan.

Rangkuti (2002:26) menyebutkan bahwa “jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari suatu pihak ke pihak lain”. Sedangkan menurut Kolter (2002:486) definisi jasa sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jadi dapat disimpulkan bahwa jasa bukanlah barang, tetapi suatu aktifitas yang tidak dapat dirasakan secara fisik dan membutuhkan interaksi antara satu pihak ke pihak lain. Usaha yang semakin banyak menjadikan para pengusaha berlomba-lomba untuk membuat usaha yang diminati oleh semua kalangan dan memiliki prospek menjanjikan kedepannya, salah satu usaha yang menjanjikan adalah bisnis membuat salon. Bisnis ini banyak jenisnya bukan hanya tentang riasan wajah dan rambut saja tetapi yang berhubungan dengan kecantikan seperti salon perawatan badan. Salon perawatan badan saat ini menjadi pilihan utama bagi para kaum wanita yang ingin mempercantik diri, dengan adanya salon perawatan badan mereka dapat meningkatkan penampilannya.

Pengukuran kualitas pelayanan, dalam Lovelock (2007: 98) yang diterjemahkan oleh Agus Widyanoro ada lima dimensi kualitas digunakan sebagai kriteria penilaian kualitas jasa, yaitu: kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphanty*), dan bukti langsung (*rangibles*). Pengukuran ini dikenal sebagai *service quality*

model. Pelayanan menekankan pada aspek kepuasan pelanggan sehingga dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas kepada perusahaan yang telah memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan.

Manajemen salon perawatan badan juga harus menerapkan strategi dalam pelayanan karena dapat menentukan keberlangsungan usahanya. Manajemen dalam Bahasa Inggris dikenal dengan kata *manage* yang berarti mengurus, mengatur, melaksanakan, dan mengelola (John M. Echols & Hassan Shadily, 2003:372)

Beberapa indikator dalam menentukan keberhasilan usaha menurut Henry Faizal Noor (2007:397) adalah sebagai berikut: laba yang merupakan tujuan utama, produktivitas dan efisiensi, daya saing atau dapat bertahan menghadapi pesaing, kompetensi dan etika usaha, dan terbangunnya citra baik.

Kepuasan pelanggan saat ini menjadi faktor perhatian oleh hampir semua pihak, baik pemerintah, pelaku bisnis dan konsumen. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Tidaklah mudah untuk mewujudkan kepuasan secara menyeluruh. Dapatlah di pahami bahwa tidak realistis bila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada pelanggan yang tidak puas. Namun tentu saja setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin baik. Pada saat bersamaan perusahaan perlu pula memperhatikan pelanggan yang merasa tidak puas.

Prospek pengembangan usaha salon dapat menjanjikan mengingat pangsa pasar yang besar bagi perempuan dimana seiring perkembangan jaman, trend dan model gaya rambut yang terus berubah, ditambah kebutuhan akan kecantikan diri sangat penting bagi perempuan.

Kepuasan terhadap pelanggan, menurut Tjiptono (2007) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian (*discinfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. (Tjiptono, manajemen jasa, penerbit Andi. 2007)

Kota Kuningan merupakan salah satu kota kecil yang terdapat di provinsi Jawa Barat, Indonesia. Nama Kuningan berasal dari nama logam kuning, dalam Bahasa sunda (Bahasa Indonesia). Masyarakat Kuningan merupakan masyarakat plural, baik dari segi budaya, etnis maupun agama. Dalam dunia modern, banyak orang berupaya melakukan perubahan dalam kehidupannya, terutama perubahan untuk meningkatkan taraf ekonomi mereka, yang tentunya dengan memiliki sistem mata pencaharian dengan penghasilan yang mampu meningkatkan taraf ekonomi mereka. Mereka yakin bahwa hal tersebut akan membuat orang menjadi lebih bahagia.

Ketika kebanyakan masyarakat Kuningan mengalami perubahan kehidupan yang lebih modern, cara-cara memenuhi kehidupan dari berpakaian, arsitektur rumah, alat-alat dapur, perlengkapan pertanian dan lainnya sebenarnya banyak dipengaruhi factor eksternal yaitu adanya pengaruh dari kebudayaan luar seperti terjadinya kontak dengan budaya lain, meningkatnya kesadaran akan pendidikan, meningkatnya hasil karya,

perkembangan penduduk, interaksi sosial, lancarnya perjalanan sehingga sifat keterbukaan untuk melakukan perubahan dalam kehidupan masyarakat Kuningan sangat besar.

Sistem mata pencaharian merupakan salah satu dari tujuh unsur kebudayaan yang juga tak lepas dari sentuhan perubahan sosial. Karena pada kenyataannya, seiring berjalannya waktu masyarakat Kuningan memiliki sistem mata pencaharian yang berbeda dengan sistem mata pencaharian mereka pada masa lalu, meskipun masih banyak yang bertahan dengan pekerjaan mereka pada masa lalu.

Kabupaten Kuningan terletak pada titik koordinat $108^{\circ} 23-108^{\circ} 47$ bujur timur dan $6^{\circ} 47-7^{\circ} 12$ lintang selatan. Sedangkan ibu kotanya terletak pada titik koordinat $6^{\circ} 45 - 7^{\circ} 50$ lintang selatan dan $150^{\circ} 20 - 108^{\circ} 40$ bujur timur. Bagian timur wilayah kabupaten ini adalah dataran rendah, sedangkan di bagian barat berupa pegunungan, dengan puncaknya Gunung Ciremai 3.078 m di perbatasan dengan kabupaten Majalengka. Gunung Ciremai adalah gunung tertinggi di Jawa Barat.

Di Kuningan terdapat beberapa salon perawatan badan yang sudah cukup lama berdiri dari 10 tahun dari banyaknya salon perawatan badan. Menurut Kartika (2009), umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan. Semakin lama perusahaan dapat bertahan, maka kemungkinan perusahaan untuk memperbalikan investasi akan semakin besar karena sudah berpengalaman. Selain umur perusahaan para konsumen di salon perawatan badan pun memiliki kesan serta pesan mengapa memilih salon perawatan tersebut. Hal ini dapat menjadikan salah

satu indikator bahwa salon X tersebut memiliki banyak pelanggan. Berdasarkan latar belakang di atas serta referensi dari penelitian sebelumnya tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maka peneliti ingin mengetahui tentang hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan salon X di Kuningan Jawa Barat.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Pentingnya manajemen salon X terkait kepuasan pelanggan
2. Perlunya salon kecantikan memberikan kepuasan pelanggan
3. Pentingnya kualitas pelayanan salon X terkait kepuasan pelanggan

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan karena keterbatasan waktu, kemampuan biaya dan tenaga untuk meneliti semuanya, maka masalah penelitian akan dibatasi dan hanya membahas hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan salon X di Kuningan Jawa Barat.

1.4 Perumusan Masalah

Setelah dilakukan pembatasan masalah di atas, maka masalah yang dirumuskan adalah adakah hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan di salon X Kuningan Jawa Barat dengan kepuasan pelanggan.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah ingin mengetahui hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan salon X.

1.6 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Bagi peneliti sendiri, berguna untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dalam bidang kecantikan khususnya kepuasan pelanggan salon X di Kuningan Jawa Barat.
- 2) Program studi tata rias, berguna untuk dijadikan bahan pijakan empirik untuk melakukan penelitian lebih lanjut, tentang kepuasan pelanggan salon di dengan menggunakan variabel-variabel lainnya.

