

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Banyaknya jenis usaha yang bermunculan menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat. Setiap perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnis memiliki tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Tujuan jangka pendek yang ingin dicapai oleh perusahaan adalah pencapaian laba atau keuntungan. Sedangkan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai adalah menjamin kelangsungan hidup perusahaan serta perkembangan perusahaan di masa yang akan datang. Hal ini menuntut perusahaan untuk bertindak profesional dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan dengan berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumennya.

Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran (Kotler, 2014:50).

Sejalan dengan perkembangan pola hidup serta kebutuhan masyarakat terhadap salon yang semakin kompleks, menciptakan persaingan yang semakin ketat dan sempitnya ruang gerak pemasaran bagi perusahaan sejenis. Semakin banyaknya salon yang muncul menyebabkan konsumen mempunyai banyak alternatif serta semakin selektif di dalam menentukan pilihan. Pemasaran tidak saja dituntut menjual produk atau jasa, melainkan juga harus

mengetahui bagaimana menyajikan alternatif terbaik bagi pasar yang menjadi sasaran dibanding dengan para pesaing.

Bisnis yang diyakini mempunyai prospek ke depan yang cukup bagus adalah bisnis yang bergerak di bidang jasa. Saat ini, bisnis yang bergerak dibidang jasa dapat dengan mudah ditemui dalam kehidupan sehari-hari seperti jasa transportasi, komunikasi, pendidikan, rekreasi, kecantikan, dan lain-lain. Bisnis perawatan rambut atau yang lebih dikenal dengan istilah salon merupakan salah satu bisnis jasa. Salon adalah sebuah usaha yang berhubungan dengan perawatan rambut untuk pria dan wanita. Salon menyediakan berbagai perawatan rambut seperti potong rambut, *creambath*, *rebonding*, *smoothing* dan lainnya. Salon tumbuh dan berkembang pesat dengan makin banyaknya orang yang melakukan perawatan rutin di salon-salon perawatan rambut.

Pada sebuah perusahaan jasa pada umumnya, usaha salon juga menjalani usahanya dalam melayani pelanggan atau konsumen. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh konsumen mengenai kepuasan yang dirasakan. Di era globalisasi ini, perusahaan selalu menyadari akan pentingnya faktor konsumen, sehingga mengukur tingkat kepuasan konsumen sangatlah perlu.

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan, pelanggan puas dan jika kinerja melebihi harapan pelanggan, maka mereka akan merasa puas dan senang. Pelanggan yang puas terhadap barang dan jasa, kemungkinan besar akan membeli ulang dari penyedia barang dan jasa tersebut. Dengan demikian, perusahaan yang mampu memuaskan pelanggan akan dapat meningkatkan keuntungan dan pangsa pasarnya karena ada pembelian ulang dari pelanggan.

Salah satu perusahaan yang berupaya memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan adalah “Salon Bocah” yang ber-alamat di Jalan Raden Ajeng Kartini No.45. Salon Bocah dalam mendirikan usahanya berusaha

memenuhi kebutuhan konsumen, berupa kenyamanan maupun kemudahan selama menggunakan jasa Salon Bocah. Perusahaan berusaha memberikan berbagai fasilitas yang mendukung hal tersebut, sehingga segala kebutuhan konsumen terpenuhi dan akhirnya timbul rasa puas setelah menggunakan jasa Salon Bocah. Sebagai unit jasa salon yang professional seharusnya menerapkan konsep pemasaran, yang intinya memberikan kepuasan kepada para konsumennya, sebab akan sulit bagi jasa salon dapat bertahan jika gagal memuaskan konsumennya.

Salon Bocah memfokuskan kepada anak laki-laki dan anak perempuan, tidak hanya menawarkan jasa cukur anak laki-laki saja, tetapi terdapat jasa kepancang rambut, bahkan terdapat spa khusus bayi dan balita. Di salon ini selain wallpapernya yang bergambar kartun kesukaan anak, saat dicukur anak-anak tidak duduk di kursi melainkan di atas mobil-mobilan. Untuk pengunjung yang mengantri, terdapat fasilitas permainan, untuk pelanggan yang sedang menikmati jasa cukur di masing-masing meja ada perangkat game dan DVD. Jadi pelanggan bisa main video game atau menonton film

Berbagai upaya dilakukan Salon Bocah dengan pelayanannya agar pelanggan mendapatkan pengalaman tak biasa ketika berhubungan dengan Salon Bocah, mengingat semakin bertambahnya waktu yang menyebabkan semakin banyaknya Pelanggan yang dimiliki oleh Salon Bocah dan juga berkembangnya persaingan antara sesama perusahaan jasa salon dan cukur rambut, dilatar belakangi oleh semakin ketatnya persaingan dengan perusahaan serupa yang ada di Lampung, Salon Bocah sedikit mengubah jasa pelayanan kemasan tanpa mengurangi rubrik-rubrik yang sudah menjadi *unique point* di salon salon pada umumnya. Berikut Produk jasa yang ditawarkan dan banyak banyak peminat di Salon Bocah:

Tabel 1.1 Daftar Harga Jasa Pelayanan di Salon Bocah

No	Produk	Harga
1	Gunting Rambut Anak+Stik Gambar +Penuh	Rp80.000
2	Gunting Rambut Anak+Stik Batik	Rp75.000
3	Gunting Rambut Anak+Stik Garis	Rp65.000
4	Gunting Rambut dibawah 4 Tahun	Rp45.000
5	Gunting Rambut diatas 4 Tahun	Rp40.000
6	Treatment Kutu Mulai	Rp40.000
7	Creambath Tradisional + Blow Biasa Mulai	Rp50.000
8	Creambath Madu + Blow Biasa Mulai	Rp45.000
9	Creambath Strawberry + Blow Biasa Mulai	Rp45.000
10	Creambath Loreal + Blow Biasa Mulai	Rp45.000
11	Creambath Makarizo + Blow Biasa Mulai	Rp50.000
12	Masker Loreal Mulai	Rp40.000
13	Masker Makarizo Mulai	Rp40.000

Sumber: Salon Bocah, 2017

Tabel 1.1. memperlihatkan Produk yang menjadi segmen utama bagi pelanggan di Salon Bocah, selain jasa produk yang terlihat dalam tabel, Salon Bocah juga menyediakan tempat khusus Baby Spa dan jasa refleksi untuk orang dewasa, tetapi hal tersebut bukan merupakan target utama untuk Salon Bocah, hal ini dimaksudkan agar lebih efektif dan efisien, karena akan mendapatkan segmen pelanggan yang jelas.

Pelayanan yang diterima pelanggan Salon Bocah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja Salon Bocah yang berarti bahwa kepuasan pelanggan adalah hal yang utama. Salon Bocah berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan dan fasilitas yang baik untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada serta untuk mendapatkan calon pelanggan. Berdasarkan survei awal terhadap 20 pelanggan yang dilakukan penulis dapat dilihat kepuasan pelanggan sebagai berikut:

Tabel 1.2 Hasil Survei Pendahuluan

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Layanan yang paling diminati	18 orang menjawab Gunting Rambut dibawah 4 Tahun
2	Adakah Pegawai yang disukai	20 Orang menjawab Tidak ada
3	Puaskah dengan Layanan yang diterima	12 Orang menjawab Cukup Puas

Sumber: Survei Awal, 2018

Berdasarkan hasil survei pendahuluan terhadap orang tua dan kerabat pelanggan hal ini dilakukan karena salon bocah mempunyai pelanggan yang belum dewasa maka pada survey ini yang menjadi nara sumber adalah orang tua atau kerabat yang mengantar pelanggan, Pada Tabel 1.2 terlihat bahwa dari 20 pelanggan hanya 12 pelanggan yang menyatakan cukup puas atas layanan yang diterima di Salon Bocah, hal ini memberikan gambaran kualitas layanan yang ada di Salon Bocah terbilang baik. Hal ini menjadi alasan yang menarik bagi peneliti untuk menjadikan Salon Bocah sebagai objek penelitian untuk melihat seberapa baik kualitas layanan Salon Bocah dan bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan tersebut.

Banyak cara untuk mengukur kualitas pelayanan dan mengevaluasi jasa layanan melalui konsumen, dalam hal ini kepuasan pelanggan dapat menggunakan atribut atau dimensi kepuasan atas kualitas layanan perusahaan. Menurut Pasuraman dalam Lupiyoadi (2013:182) ciri-ciri kualitas jasa pelayanan dapat di evaluasi dari 5 faktor yaitu, kehandalan (*reliability*) untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memberikan jasa yang tepat dan dapat diandalkan, ketanggapan (*responsiveness*) untuk membantu memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan tepat, jaminan (*assurance*) untuk mengukur kepercayaan pelanggan terhadap profesionalitas perusahaan dalam memberikan keamanan dan kenyamanan kepada, empati (*emphaty*) untuk mengukur pemahaman petugas terhadap kebutuhan pelanggan serta perhatian yang diberikan kepada pelanggan dan bukti fisik (*tangible*) untuk mengukur penampilan fisik, peralatan, sarana dan fasilitas pendukung dalam melayani pelanggan.

Berdasarkan pemaparan ciri-ciri kualitas jasa pelayanan yang telah dipaparkan tersebut, apabila diaplikasikan kedalam Salon Bocah, terlihat belum maksimalnya aspek *emphaty* yaitu tidak adanya pegawai yang disukai serta masih terdapat pelanggan yang belum puas atas pelayanan yang diterima. Hal ini merupakan tantangan besar bagi pengelola perusahaan industri persalonan untuk memberikan dan mempertahankan kepuasan

pelanggan. Zafar *et al.* (2012) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu, untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, Salon Bocah harus melakukan peningkatan kualitas pelayanan. Hal tersebut juga didukung oleh Al-Rousan *et al.* (2010) yang menyatakan bahwa perusahaan jasa harus berupaya untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang unggul melebihi pesaing mereka untuk memperoleh dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

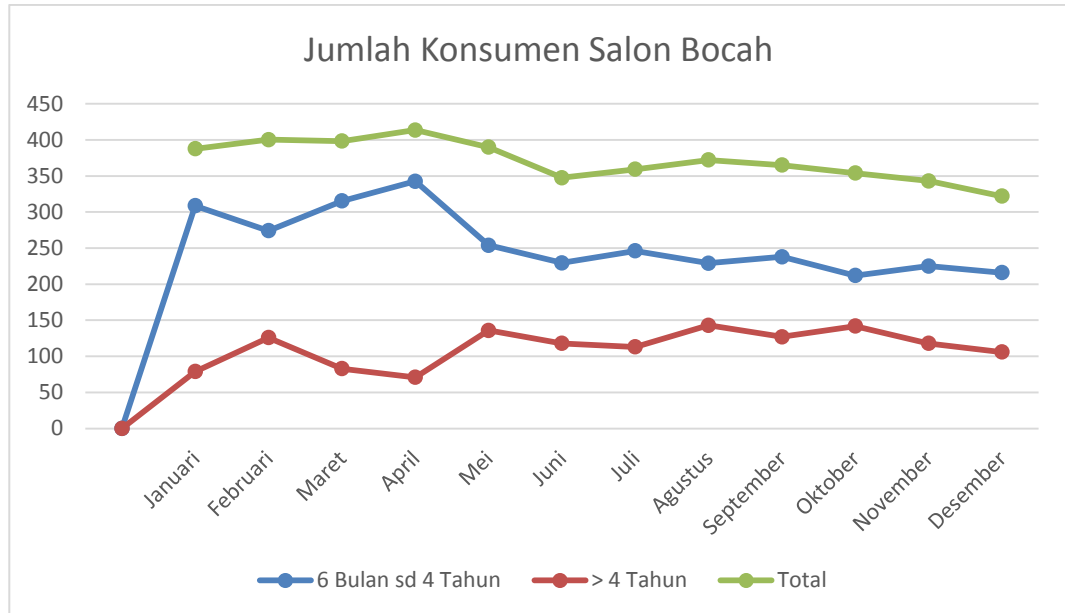
Memiliki pelanggan yang puas tidaklah cukup, pelanggan haruslah sangat puas karena kepuasan pelanggan mengarah pada loyalitas (Bowen dan Chen, 2001). Untuk bertahan hidup di industri persalonan yang kompetitif, Salon Bocah harus mengembangkan strategi baru untuk memuaskan pelanggan. Membangun loyalitas pelanggan bukan merupakan pilihan dalam bisnis, ini satu-satunya cara membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di sektor jasa (Siddiqi, 2011). Pada saat sekarang ini Salon Bocah dihadapkan dengan penurunan jumlah pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1.3 Data jumlah Pelanggan Salon Bocah

Bulan	Konsumen		Total	Perubahan
	6 Bulan sd 4 Tahun	> 4 Tahun		
Januari	309	79	388	
Februari	274	126	400	3,22%
Maret	315	83	398	-0,46%
April	343	71	414	3,84%
Mei	254	136	390	-5,76%
Juni	229	118	347	-10,88%
Juli	246	113	359	3,39%
Agustus	229	143	372	3,58%
September	238	127	365	-1,88%
Oktober	212	142	354	-3,01%
November	225	118	343	-3,11%
Desember	216	106	322	-6,12%
Jumlah	3090	1362	4452	-17,20%
rata-rata	257,51	113,50	371,01	-1,56%

Sumber ; Salon Bocah, 2017

Berdasarkan Tabel 1.3 terlihat penurunan jumlah pelanggan dalam 3 bulan terakhir bahkan pada bulan Desember 2017 jumlah pelanggan hanya sebesar 322, jumlah tersebut menjadi yang terkecil pada 1 tahun terakhir, dengan penurunan sebesar 17,20% dari bulan sebelumnya. Hal ini dikarenakan jumlah pelanggan yang terus menurun, seperti terlihat dalam grafik berikut:



Gambar 1.1 Data jumlah Pelanggan Salon Bocah

Berdasarkan grafik 1.1 tersebut terlihat bahwa penurunan terjadi pada total pelanggan pada 5 bulan terakhir, hal ini akan menjadi persoalan yang harus dipecahkan bagi manajemen Salon Bocah. Untuk mendapatkan pelanggan tentu saja perusahaan-perusahaan Salon akan saling bersaing dan menemui berbagai permasalahan. Persoalan ini harus menjadi perhatian bagi manajemen Salon Bocah terutama dalam hal pelayanan yang diberikan kepada konsumen dan bagaimana konsumen tersebut menanggapi pelayanan yang diberikan tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul penelitian sebagai berikut **“Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan di Salon Bocah Bandar Lampung”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan hal tersebut, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana atribut pelayanan berdasarkan tingkat harapan dan tingkat kinerja menurut pelanggan di Salon Bocah?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut pelayanan di Salon Bocah?

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1. Ruang Lingkup Subyek**

Ruang lingkup subyek dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa layanan di Salon Bocah.

### **2. Ruang Lingkup Objek**

Objek dalam penelitian ini adalah persepsi pelanggan di Salon Bocah terhadap kualitas pelayanan.

### **3. Ruang Lingkup Tempat**

Penelitian ini dilakukan di Salon Bocah yang beralamat di Jalan Raden Ajeng Kartini, Bandar Lampung.

### **4. Ruang Lingkup Waktu**

Waktu penelitian akan dilaksanakan selama 6 bulan yaitu dari bulan oktober 2017 sampai dengan bulan April 2018.

### **5. Ruang Lingkup Ilmu Penelitian**

Ruang lingkup ilmu penelitian adalah manajemen pemasaran yang meliputi kepuasan terhadap layanan.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis atribut pelayanan berdasarkan tingkat harapan dan tingkat kinerja menurut pelanggan di Salon Bocah.



2. Menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut pelayanan di Salon Bocah?

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Bagi Penulis**

Untuk menambah pemahaman serta lebih mendukung teori-teori yang telah ada berkaitan dengan masalah yang telah diteliti serta untuk mengimplementasikan dan memperkaya ilmu pengetahuan yang lebih didapat dibangku perkuliahan.

### **1.5.2 Bagi Perusahaan**

Hasil analisis ini dapat digunakan sebagai informasi tambahan bagi Salon Bocah sendiri, yakni Salon Bocah dapat mengetahui format strategi pelayanan yang sesuai untuk menarik respon positif dari konsumen.

### **1.5.3 Bagi Institusi**

Menambah referensi bagi fakultas Bisnis dan Ekonomi IBI Darmajaya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang terbatas dalam tiap-tiap Bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1.6.1 Bab I : Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan tentang “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan di Salon Bocah Bandar Lampung”

### **1.6.2 Bab II: Landasan Teori**

Berisikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan Manajemen Pemasaran, pemasaran jasa, kepuasan pelanggan, penelitian terdahulu dan kerangka pikir.

### **1.6.3 Bab III: Metode Penelitian**

Bab ini berisikan tentang jenis dari penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, variabel penelitian, definisi oprasional variabel, metode analisis data.

### **1.6.4 Bab IV : Hasil Dan Pembahasan**

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan di Salon Bocah Bandar Lampung.

### **1.6.5 Bab V : Simpulan Dan Saran**

Dalam bab ini berisikan simpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**