

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dunia usaha, terutama di Indonesia terasa sangat ketat karena setiap instansi senantiasa berusaha meningkatkan pangsa pasar, mendapatkan pelanggan baru, bahkan berusaha menguasai pangsa pasar. Sebuah perusahaan semestinya mampu menentukan strategi pemasaran agar dapat bertahan dalam persaingan usaha kerja. Dilihat dari banyaknya pesaing dalam dunia usaha, tentunya akan memunculkan semakin banyak pilihan bagi pelanggan untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginannya. Untuk itulah, sebuah perusahaan berusaha untuk membuka peluang dalam memasarkan produk yang dimiliki dengan lebih inovatif dan atraktif melalui ide-ide dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan tentunya dengan memerhatikan peluang bisnis yang dimiliki.

Berbagai langkah akan dilakukan oleh pengusaha dalam rangka mendapatkan keuntungan dan bertahan dalam dunia bisnis ini. Selain berusaha memperluas pemasaran produk dan jasanya, pengusaha juga akan berusaha meningkatkan kualitas produk dan jasanya, harga yang dapat dijangkau masyarakat yang didasarkan pada perilaku pembelian pelanggan yang berbeda-beda. Salah satu perilaku pelanggan yang terpenting adalah proses pengambilan keputusan dalam membeli sebuah produk atau jasa. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler & Armstrong (2008), dalam proses pembelian, terdapat lima tahap yang dilalui pelanggan, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif,

keputusan pembelian dan perilaku purnabeli.

Sementara itu, dalam membuat keputusan pembelian, seorang pelanggan juga akan memerhatikan beberapa hal tentunya memberikan pertimbangan bagi konsumen untuk membuat keputusan membeli dan menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan, atau mungkin apakah mereka akan tetap atau beralih ke produk atau jasa lainnya. Dilihat dari produk ataupun jasa yang ditawarkan, seorang pelanggan akan memperhatikan kualitas dari produk. Kotler & Amstrong (2008) mengungkapkan bahwa kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Selain itu, kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk (Kotler & Amstrong, 2008). Hal ini juga didukung oleh Parasuraman (2002:100) yang menyatakan bahwa kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Seorang pelanggan, tentunya akan merasa merasa lebih puas apabila hasil evaluasi mereka terhadap produk menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Dengan perasaan puas inilah, pelanggan akan mempertimbangkan untuk tetap bertahan dalam menggunakan produk atau jasa yang telah dibelinya.

Menurut Kotler (2006), Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk atau jasa memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka pelanggan tidak puas, bila prestasi sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan merasa puas. Sementara itu,

Kotler dan Keller dalam Priansa (2017:196) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah “perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap hasil kinerja yang diharapkan.” Ini telah menunjukkan bahwa pada tingkat kepuasan pelanggan sangatlah berhubungan dengan tingkat harapan dan perasaan dari pelanggan.

Hal yang sama diungkapkan oleh Wirtz (2011: 74) yang menyatakan bahwa kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan sehingga diperlukan penelitian yang bertujuan dalam membuktikan apakah ada atau tidak harapan sebelumnya yang menjadi bagian terpenting dalam menentukan kepuasan. Seperti definisi kepuasan pelanggan menurut Mowen dan Minor (1998) seperti yang dikutip oleh Sumarwan (2007) adalah “*Consumer satisfaction is defined as the overall attitude consumers have toward a good or a service after they have acquired and use it. It is a postchoice evaluative judgement resulting from a specific purchase selection and the experience of using/consuming it*”. Dalam hal ini, Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai sikap umum yang dimiliki pelanggan terhadap suatu barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini adalah penilaian evaluatif pilihan yang dihasilkan dari pemilihan pembelian tertentu dan pengalaman menggunakan/mengonsumsinya. Sesuai yang disampaikan Priansa (2017:210) bahwa terdapat 5 (lima) elemen yang menyangkut kepuasan pelanggan antara lain harapan, kinerja, perbandingan, pengalaman, konfirmasi dan diskonfirmasi.

Namun, dalam melakukan suatu bisnis, tingkat kepuasan pelanggan tidak hanya diperoleh oleh bagaimana pengalaman pelanggan terhadap kualitas produk

yang digunakan, terutama bagi bisnis yang bergerak di bidang pelayanan atau jasa. Tentu ada banyak faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, dimana salah satunya adalah fasilitas dan kegiatan pemasaran yang menjadi sangat penting bagi usaha penyedia jasa atau pelayanan.

Tri Jay's Salon dan Spa, merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang berada di Kota Singaraja. Usaha bisnis ini merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa pelayanan berupa perawatan kecantikan berupa Salon dan Spa, yang juga menggeluti bidang rias pengantin dan pra-nikah. Usaha yang berdiri di tahun 2015 terus melakukan inovasi dan kreatifitas terutama dalam peningkatan kualitas layanan perawatan kecantikan dan tata rias seiring dengan semakin tumbuh dan berkembangnya bisnis Salon dan Spa di area kota Singaraja. Akan tetapi, seiring dnegan berkembangnya usaha industri di Kota Singaraja, persaingan dengan bebrbagai macam salon dan MUA semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya Salon dan Spa yang menawarkan produk dan jasa sejenis, seperti: Sandila Salon dan Spa, Arjun Wedding, Dian Citra MUA, dan lain-lain.

Tahun 2020 ini, dunia dikejutkan dengan Pandemi Corona Virus Disease 2019, yang lebih dikenal dengan Covid-19. Pandemi ini mengubah tatanan kehidupan manusia, termasuk juga bidang ekonomi. Pendapatan dan tatanan kehidupan manusia pun mulai berubah. Hal inilah menyebabkan adanya kemerosotan beberapa bidang ekonomi di Kota Singaraja. Saat ini, Tri Jay's Salon dan Spa masih bertahan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan. Bahkan dalam 6 bulan terakhir terjadi beberapa perubahan signifikan terhadap penghasilan dari usaha ini.

Tabel 1.1
Omset Tri jay's Salon dan Spa Periode Juli – Desember 2020

No	Bulan	Omset Setiap Bulan
1	Juli	Rp 3.100.000,-
2	Agustus	Rp 2.400.000,-
3	September	Rp 8.000.000,-
4	Oktober	Rp 17.500.000,-
5	November	Rp 28.000.000,-
6	Desember	Rp 22.500.000,-

(Sumber: Tri Jay's Salon dan Spa)

Berdasarkan Tabel 1.1, pelanggan Salon dan Spa serta MUA masih tetap bertahan untuk menggunakan jasa dari Tri Jay's Salon dan Spa, hal ini dapat dilihat dari penghasilan di bulan Juli-Agustus. Sedangkan untuk bulan September sampai Desember pelayanan Salon dan Spa ditambahkan dengan adanya rias Pengantin dan *Pre-Wedding*. Dilihat dari masa Pandemi ini, Tri Jay's Salon dan Spa masih menjadi pilihan bagi pelanggan yang ingin melakukan perawatan.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan kepada 10 (sepuluh) orang pelanggan Tri Jay's Salon dan Spa diperoleh hasil bahwa 8 (delapan) orang menyatakan sangat puas dan 2 (dua) orang menyatakan puas terhadap kualitas pelayanan di Tri Jay's Salon dan Spa. Sementara itu, terkait dengan fasilitas yang disediakan di Tri Jay's Salon dan Spa, 9 (sembilan) orang menyatakan fasilitas sangat baik dan 1 (satu) orang menyatakan fasilitas baik.

Bisnis jasa salon dan spa merupakan salah satu bentuk usaha bidang jasa yang mengedepankan kualitas pelayanan bagi para pelanggannya dan juga harus menyediakan berbagai fasilitas yang tentunya dapat memberikan rasa nyaman bagi pelanggan, untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Sriyadi (2011: 15) mengungkapkan bahwa fasilitas adalah kelengkapan bangunan yang berkaitan

dengan pengendalian yang lebih baik dan efisien yang diperoleh dari keamanan dan kenyamanan. Hal ini menyangkut dari bangunan Salon dan Spa tempat menjalankan bisnis, dan termasuk segala peralatan yang digunakan dalam memberikan pelayanan jasa.

Sedangkan menurut Moenir (2001: 119) menyatakan bahwa “fasilitas adalah segala jenis peralatan, perlengkapan kerja dan pelayanan yang berfungsi sebagai alat utama/pembantu dalam melaksanakan pekerjaan, dan juga sosial dalam rangka kepentingan orang-orang yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja itu atau segala sesuatu yang digunakan, dipakai, ditempati, dan dinikmati oleh orang pengguna.” Hal ini didukung oleh pendapat yang dikemukakan oleh Sulastiyono (2006) yang menyampaikan bahwa fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para pelanggan dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi selama menggunakan produk atau kualitas yang ditawarkan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dharmawan dan Tratia (2018) yang menemukan bahwa variabel kualitas pelayanan dan fasilitas mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian yang dilakukan terhadap Pelanggan Hotel Pelangi ini ditemukan bahwa pengaruh variabel kualitas dan fasilitas adalah 43%. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Yosi (2018) yang melakukan penelitian dengan variabel yang sama di Hotel Atria Malang yang menemukan bahwa variabel kualitas pelayanan dan fasilitas mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Hotel Pelangi Malang yang mencapai 46%.

Akan tetapi, dalam penelitian yang ditulis oleh Maimunah (2019) terkait pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan “Mie Liho Mie Koro” di Kecamatan Driyorejo Gresik, ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Ini berarti masih terdapat ketidakkonsistenan dari hasil penelitian yang dilakukan. Oleh sebab itu, peneliti ingin kembali menguji pengaruh ketiga variabel tersebut.

Dari latar belakang yang telah disampaikan di atas, dimana usaha Tri Jay’s Salon dan Spa masih menjadi pilihan oleh beberapa pelanggan karena kualitas pelayanan dan fasilitas yang dirasa memuaskan bagi pelanggan. Sehingga, dalam penelitian ini ingin diketahui apakah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay’s Salon dan Spa di Kota Singaraja. Yang nantinya pengembangan Tri Jay’s Salon dan Spa dapat dilakukan untuk memperoleh kepuasan pelanggan yang maksimal.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini, berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, diidentifikasi beberapa hal yang terjadi di Tri Jay’s Salon dan Spa, antara lain:

1. Semakin banyaknya muncul bisnis Make Up Artist (MUA), Salon dan Spa di area Kota Singaraja sehingga terjadi persaingan yang kompetitif.
2. Tingkat persaingan antara MUA, Salon dan Spa cukup tinggi di area Kota Singaraja.

3. Terdapat beberapa hal yang cukup berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Salon dan Spa.
4. Adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh kualitas dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah sebelumnya, maka penelitian ini difokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada jasa yang ditawarkan Tri Jay's Salon dan Spa di Singaraja.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan masalah yang digunakan sebagai pedoman sekaligus arah dari penelitian ini. Berikut adalah perumusan masalah penelitian ini:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa?
3. Apakah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa?

1.5 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penulisan penelitian ini antara lain:

1. Menguji pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa.
2. Menguji pengaruh dari fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa.
3. Menguji pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa.

1.6 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan beberapa manfaat diperoleh melalui penelitian ini, yang meliputi:

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan terkait pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada jasa yang ditawarkan.

2. Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat menjadi acuan kepada para pelaku bisnis untuk mempertimbangkan kualitas pelayanan dan fasilitas dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.