

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perubahan gaya hidup masyarakat dari masa ke masa serta banyaknya fasilitas yang ditawarkan perusahaan untuk memenuhi segala kebutuhan dan keinginan menjadi salah satu faktor pendukung dari pertumbuhan ekonomi di kalangan masyarakat Indonesia semakin naik sehingga secara simultan mempengaruhi perkembangan bisnis saat ini terlihat sangat ketat tidak terkecuali dalam sektor jasa. Perkembangan tersebut terjadi pada sektor jasa salah satunya bidang jasa pelayanan yang paling diminati yaitu salon.

Di Indonesia salon termasuk ke dalam peluang sektor usaha yang menguntungkan dan memiliki prospek tinggi. Hal ini terlihat dari banyaknya salon tersebar di berbagai provinsi besar menimbulkan persaingan sangat ketat dikarenakan faktor pola pikir masyarakat terhadap pemilihan salon sebagai kebutuhan terutama dalam menunjang penampilan yang diinginkan.

**Tabel 1. 1**  
**Data Jumlah Salon di Indonesia**

Tahun	Jumlah Salon
2012	90.000
2015	115.000
2017	117.000

*Sumber: lifestyle.okezone.com, 2017*

Berdasarkan sumber data *lifestyle.okezone.com (2017)*, tercatat jumlah perhitungan dari tahun 2012 ke 2017 bahwa salon yang ada di Indonesia meningkat sekitar 27.000 unit maka secara keseluruhan jumlahnya mencapai 117.000 unit salon. Dimana peningkatan tersebut akan terus berkembang setiap tahunnya.

Salon merupakan tempat pelayanan yang menawarkan beragam jenis layanan perawatan serta kecantikan. Karena pada saat ini semakin banyak orang menyadari akan pentingnya penampilan berbagai usia terlihat dari remaja hingga dewasa dengan tujuan untuk menunjang gaya hidup yang dibutuhkan. Bahkan tidak hanya itu, tuntutan produktivitas peran dan pekerjaan setiap harinya yang memaksimalkan tenaga akan sangat membutuhkan pengembalian kondisi tubuh menjadi semula dengan memanfaatkan layanan pada salon untuk

menyeimbangkan dan merelaksasikan pikiran serta tubuhnya. Sehingga bukan hanya wanita yang melakukan layanan jasa salon melainkan pria pun semakin menyadari akan hal tersebut.

Perkembangan salon terlihat pada salah satu kota besar di Indonesia yaitu Kota Bandung dimana kota ini menjadi pusatnya dunia *fashion* dengan populasi penduduk terbesar serta penduduknya yang sangat mengutamakan kepentingan dalam penampilan. Dengan begitu salon menjadi alternatif tempat yang paling diminati dikarenakan dapat menunjang perawatan atas penampilan yang diinginkan. Hal ini mengakibatkan setiap perusahaan salon yang ada akan bersaing untuk menarik konsumen agar mendapatkan keuntungan dan pengalaman yang baik bagi keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang.

**Tabel 1. 2**  
**Jumlah Salon Kecantikan dan *Barbershop* di Kota Bandung**

No	Keterangan	Tahun		
		2016	2017	2018
1	Salon Kecantikan	253	294	326
2	<i>Barbershop</i>	82	105	124

*Sumber: BPS Kota Bandung, 2018*

Berdasarkan sumber data dari *BPS Kota Bandung (2018)*, terlihat bahwa terjadi kenaikan setiap tahunnya pada tahun 2016-2018 untuk jumlah salon kecantikan dan *barbershop* di Kota Bandung. Melihat keterangan data diatas, dimana jumlah salon kecantikan setiap tahunnya mengalami peningkatan. Hal tersebut membuktikan adanya persaingan antara perusahaan salon sehingga harus memikirkan bagaimana menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan untuk menarik konsumen dengan mengungguli pesaing. Perusahaan juga harus melihat kondisi keinginan dari sasaran konsumen dengan cara mengutamakan harga yang terjangkau melalui penawaran layanan perawatan dan kecantikan yang beragam. Terutama pada sisi kualitas pelayanan, pelayanan yang baik harus dikerjakan dengan serius karena berhubungan langsung dengan pelanggan. Tidak hanya aspek tersebut, perusahaan juga harus memiliki lingkungan fisik pelayanan yang menarik karena pada saat ini pelanggan cenderung lebih memperhatikan bukti fisik untuk memberikan kesan pertama yang akan dirasakan ketika datang pada saat proses pelayanan jasa dihantarkan. Dengan memperhatikan aspek lingkungan fisik pelayanan, diharapkan pelanggan

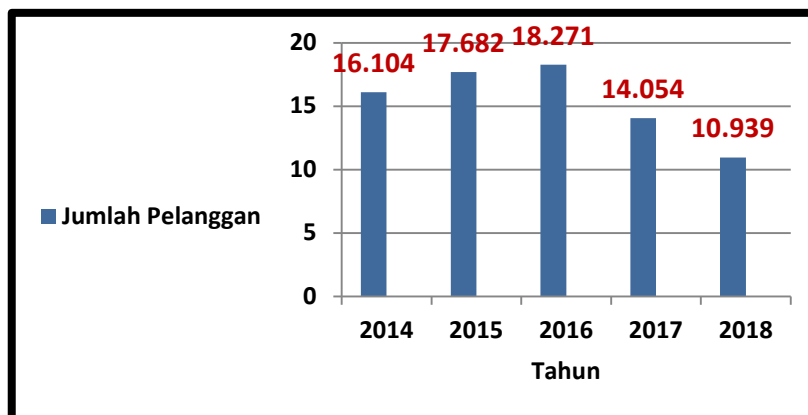
menemukan sesuatu yang khusus sehingga dapat membedakan dengan salon lain yang pernah mereka kunjungi.

Adapun masalah yang dimiliki oleh setiap salon adalah ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, lingkungan fisik yang tidak menarik maupun harga yang tidak sesuai akan mempengaruhi persepsi emosional seseorang sehingga akan menyebabkan pelanggan enggan untuk datang kembali. Terbukti maraknya pertumbuhan salon saat ini dengan berbagai jenis perawatan yang ditawarkan, perusahaan harus menjalankan strategi yang baik untuk mempertahankan pendapatan termasuk keeksistensiannya dibenak pelanggan agar selalu menciptakan kepuasan dari pelanggannya. Hal ini didukung oleh teori menurut *Kotler dan Keller (2016:153)* kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan suatu produk atau jasa (atau hasil) dengan harapannya. Jika kinerja gagal memenuhi harapannya, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapannya, maka pelanggan akan merasa puas. Jika melebihi harapannya, maka pelanggan akan merasa sangat puas atau senang. Kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang sangat penting untuk kelangsungan suatu usaha. Karena dengan kepuasan pelanggan dapat menentukan apakah pelanggan akan puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan sehingga akan kembali datang untuk membeli produk atau jasa sehingga menentukan pendapatan perusahaan dalam jangka panjang.

Masalah tersebut terjadi pada salah satu salon di Kota Bandung yaitu *Titi Anam Salon*. Titi Anam Salon merupakan salon yang bergerak di bidang pelayanan jasa berbasis di Kota Bandung dengan menawarkan berbagai jenis perawatan dan kecantikan tak hanya itu salon ini pun menawarkan jasa makeup untuk wisuda, pesta serta pernikahan. Titi Anam Salon memiliki tiga cabang yang berdekatan, cabang pertama berlokasi di Jalan Kuningan Raya No. 54, sementara cabang kedua di Jalan Kuningan Raya No. 34 dan cabang ketiga berlokasi di Jalan Kuningan Raya No. 27 Antapani, Bandung. Letaknya yang strategis pada lingkungan perkotaan serta dekat dengan pemukiman penduduk menjadikan pilihan alternatif salon yang mudah dijangkau. Banyak cara yang dilakukan Titi Anam Salon untuk mencapai target pasarnya seperti dengan meningkatkan

pelayanan maupun ketersediaan berbagai produk. Meskipun telah memberikan pelayanan yang maksimal hal ini tidak menjamin pelanggan untuk merasa puas. Hal ini terlihat dari data jumlah pelanggan Titi Anam Salon sebagai berikut:

**Tabel 1. 3**  
**Data Jumlah Pelanggan Titi Anam Salon**



*Sumber: Titi Anam Salon*

Berdasarkan data tabel diatas, tercatat jumlah pelanggan Titi Anam Salon selama lima periode dari tahun 2014-2018 mengalami penurunan yang sangat drastis pada tahun 2018. Berdasarkan hasil pengamatan penulis, jumlah penurunan tersebut diduga dipengaruhi oleh ketidakpuasan pelanggan atas pelayanan yang kurang maksimal menyebabkan pelanggan enggan untuk datang kembali sehingga akan lebih memilih salon sesuai dengan harapan yang diinginkan.

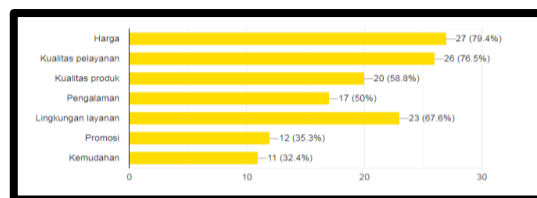
**Tabel 1. 4**  
**Hasil Pra-Penelitian Kepada Responden**

Jawaban Responden	Persentase
Sangat Puas ( <i>Skala 5</i> )	2,9%
Puas ( <i>Skala 4</i> )	17,6%
Cukup ( <i>Skala 3</i> )	52,9%
Tidak Puas ( <i>Skala 2</i> )	26,5%
Sangat Tidak Puas ( <i>Skala 1</i> )	-
<b>Jumlah Responden</b>	<b>30</b>

*Sumber: Diolah Peneliti, 2019*

Pada tabel diatas, terlihat hasil persentase kepuasan pelanggan Titi Anam Salon yang dilakukan pada 30 responden yang telah menggunakan layanan jasa pada salon tersebut dimana hasilnya menunjukkan tingkat kepuasan dalam posisi rendah yaitu 26,5% menyatakan tidak puas dan 52,9% menyatakan cukup. Hal ini membuktikan bahwa masih terdapat masalah yang harus di perbaiki pada

perusahaan tersebut serta dampaknya terlihat pada penurunan jumlah pelanggan yang terjadi pada tabel 1.4, permasalahan yang ada harus segera diatasi karena pada dasarnya kepuasan pelanggan merupakan kunci penting untuk keberlangsungan suatu usaha atas pengalaman dari layanan produk atau jasa yang ditawarkan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, diantaranya harga terjangkau menjadi faktor utama yang berpengaruh atas kepuasan. Begitu pun, perusahaan harus bisa mempertahankan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan maka pelanggan akan tetap puas dan selalu memberikan *feedback* baik kepada perusahaan. Oleh karena itu, Titi Anam Salon harus pandai mempertahankan pelayanan dengan kualitas yang baik di setiap cabangnya.



**Gambar 1. 1**  
**Faktor Pendukung Memilih Layanan Jasa Salon**

*Sumber: Diolah Peneliti, 2019*

Berdasarkan gambar diatas, pra-penelitian dilakukan kepada 30 responden untuk mengetahui faktor pendukung yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan atas pemilihan layanan jasa salon yang akan digunakan. Hasilnya terdapat tujuh faktor, salah satu diantaranya lingkungan layanan memiliki persentase 67,7% yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor pendukung tersebut akan menjadi pengukuran kepuasan pelanggan pada layanan *Titi Anam Salon* untuk mengetahui hasil dari persentase tingkat kepuasan serta ketidakpuasan pelanggan, sebagai berikut:

**Tabel 1. 5**  
**Hasil Pra-Penelitian Kepada Responden**

No	Faktor Pendukung	Persentase	
		Puas	Tidak Puas
1	Harga	91,2%	8,8%
2	Kualitas Pelayanan	58,8%	41,2%
3	Kualitas Produk	73,5%	26,5%
4	Pengalaman Pribadi/Orang Lain	67,6%	32,4%
<b>5</b>	<b>Lingkungan Layanan</b>	<b>41,2%</b>	<b>58,8%</b>
6	Promosi	44,1%	55,9%
7	Kemudahan	94,1%	5,9%

*Sumber: Diolah Peneliti, 2019*

Dalam hasil pra-penelitian dari 30 responden pada tabel 1.6, dapat disimpulkan pengukuran kepuasan melalui tujuh faktor diatas bahwa tingkat kepuasan pelanggan Titi Anam Salon terlihat faktor lingkungan layanan memiliki persentase rendah yaitu 41,2% tingkat puas sedangkan 58,8% untuk tingkat tidak puas. Melihat hasil pada tabel 1.6, faktor lingkungan layanan perlu diperhatikan dan dibenahi. Karena faktor tersebut merupakan daya tarik pelanggan untuk mencapai tingkat kepuasan terutama rasa nyaman pada saat proses pelayanan berlangsung.

Berdasarkan hasil pra-penelitian yang dilakukan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan adalah *servicescape*, hal tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan *Fajar Wachyuni, et al. (2019)* yang menyatakan bahwa *servicescape* dapat berperan penting sebagai pembentuk pengalaman dan perilaku konsumen yaitu kepuasan. Lingkungan layanan atau dikenal dengan istilah *servicescape* merupakan sebuah konsep yang menekankan dampak lingkungan fisik dimana suatu proses pelayanan atau transaksi jasa berlangsung (*Hightower dan Shariat, 2009:381*). Lingkungan fisik tersebut terdiri dari *Ambient Dimension, Social Dimension* dan *Design Dimension*. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana gambaran *servicescape* pada Titi Anam Salon Bandung?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan pada Titi Anam Salon Bandung?
3. Sejauh mana pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan Titi Anam Salon Bandung?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui gambaran *servicescape* Titi Anam Salon Bandung
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Titi Anam Salon Bandung
3. Untuk mengetahui sejauh mana *servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Titi Anam Salon Bandung

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

#### **1.4.1 Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, pengembangan ilmu manajemen pemasaran dan pemahaman lebih mengenai pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan pada industri salon sehingga dapat dijadikan salah satu acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

#### **1.4.2 Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi perusahaan-perusahaan industri bidang jasa pelayanan, khususnya bagi Titi Anam Salon dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui *servicescape*.

