

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Banyaknya perusahaan yang ada saat ini membuat mereka semakin kompetitif. Salah satu bisnis yang tumbuh paling cepat adalah bisnis jasa. Dengan meningkatnya kebutuhan sosial, persaingan yang semakin ketat, dan jumlah industri jasa yang terlibat dalam memenuhi permintaan konsumen yang tinggi, bisnis jasa menjadi lebih sensitif terhadap perubahan di sekitarnya dan terus berinovasi dalam merancang strategi yang tepat. Untuk dapat memenangkan persaingan usaha yang bergerak di bidang jasa, pelaku usaha harus merencanakan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Seiring perkembangan zaman, banyak yang mulai paham akan pentingnya menjaga penampilan. Tak hanya busana, kecantikan wajah dan tubuh juga menjadi prioritas utama. Kegiatan perawatan dan kecantikan tubuh beralih ke gaya hidup kebanyakan orang, terutama wanita. Dimulai dengan perawatan rambut, perawatan wajah, dan perawatan tubuh. Salah satu tempat untuk menunjang kegiatan tersebut adalah salon. Tidak semua salon menawarkan layanan khusus untuk wanita, sehingga wanita muslimah yang menutupi aurat tidak leluasa untuk melakukan kegiatan di salon.

Salon Kecantikan Muslimah adalah salah satu bisnis salon kecantikan yang memasukkan unsur bisnis Islami. Islam sebagai agama yang lengkap (Kafa) telah memberikan bekal bagi umat manusia untuk beraktivitas di dunia, termasuk di bidang ekonomi. Semua aturan didikte agar nilai-nilai yang terkandung dalam Alquran dan Alhadits dan setiap orang bisa selaras dengan aktivitasnya. Dengan mengikuti aturan Islam, seseorang mencapai tujuan penting dan juga tujuan material. Ia juga memiliki sifat spiritual berdasarkan Fara (kesejahteraan). Bisnis Islam berarti bisnis yang dikelola dengan aturan halal Haram dari kedua metode akuisisi dan pemanfaatan aset. Bisnis akan terus hidup jika mendukung lingkungan sekitar juga mendukung adanya bisnis yang didirikan tersebut. Seperti yang kita ketahui, Indonesia bukanlah negara Islam, melainkan negara berpenduduk Mayoritas dari mereka adalah Muslim.

Salon Muslimah telah hadir dan ini adalah peluang bisnis yang besar. Kebutuhan akan perawatan tubuh berbasis syariah yang lengkap dan nyaman. semakin diminati oleh para wanita, khususnya yang berhijab. Salon Muslimah benar-benar menjaga ruang publik terpisah dari area privasi dan layanan. Bahkan salon Muslim yang dikelola dengan baik dapat menari konsumen yang tidak berjilbab (Nofiyah & Julian Nurul, 2019). Salon muslimah berbeda dengan salon pada umumnya Singkatnya, penampilan seorang pegawai yang memakai kerudung sangatlah berbeda. Salon muslimah dan produk yang ditawarkan yaitu Penggunaan produk Halal. Salon Muslimah terus memberikan pelayanan yang bagus untuk konsumen dan memprioritaskan pekerjaan yang masuk akal untuk

pria dilarang masuk tidak seperti salon biasa.

Salon biasa dan salon muslimah itu berbeda, tingkat persaingan juga terlihat jelas, misalnya salon biasa sajikan dengan harga yang sangat rendah dan mulai strategi, di salon muslimah menawarkan produk halal yang berbeda dengan salon biasa seperti memberikan harga diskon.

Tabel 1. 1Perbedaan Salon

No	Salon Muslimah	Salon Biasa
1.	Manggunakan Label Islami	Tidak menggunakan Label islami
2.	Laki-laki dilarang masuk	Laki-laki boleh masuk
3.	Karyawan menggunakan jilbab	Karyawan tidak menggunakan jilbab
4.	Menawarkan produk halal	Tidak menawarkan Produk Halal
5.	Menawarkan Jasa Halal	Tidak Menawarkan Jasa Halal
6.	Ruangan yang islami	Ruangan tidak nuansa islami

Sumber: data primer 2021

Majelis Ulama Indonesia (MUI) No.2 / MunasVI / MUI 2000 Fatwa membolehkan mendirikan salon dan spa khusus untuk muslimah selama menjalankan bisnis sesuai syariah. Diantara persyaratan tersebut adalah alat-alat, tata rias dan kosmetik yang digunakan di salon dan spa yang terbuat dari bahan halal. Itu tidak mengandung bahan-bahan yang dilarang oleh Syariah. Rata-rata Spa & Salon Muslimah setiap tahunnya meningkat sekitar 13 % (Sharianews.com). Yogyakarta merupakan salahsatu kota besar yang memiliki spa & salon muslimah, diantaranya Omah Milla Salon & Spa Muslimah Jogja, RCSM (Spa & Salon Muslimah), Azzahra Salon & Spa Muslimah dan Maira Day

Spa & Salon Muslimah.

Tabel 1. 2 Salon Muslimah di Yogyakarta

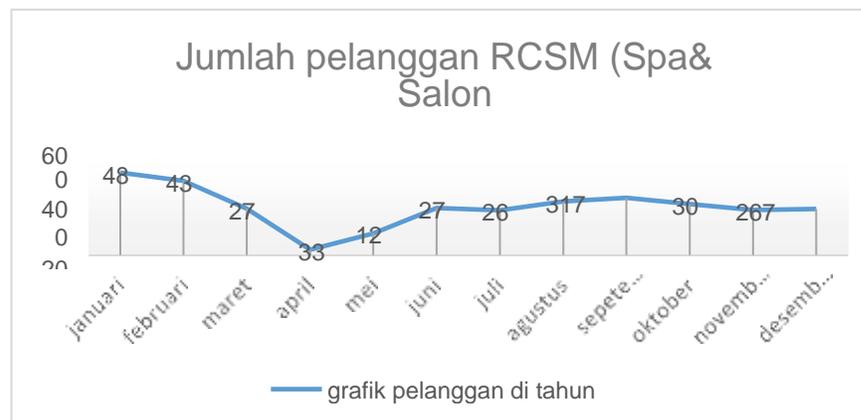
Nama Salon	Jumlah Cabang	Keunggulan
Omah Milla Salon & Spa Muslimah Jogja	1	Perawatan Kecantikan
Rcsm (Spa & Salon Muslimah)	14	Kesehatan dan perawatan Kecantikan
Azzahra Salon & Spa Muslimah	1	Perawatan Kecantikan
Maira Day Spa & Salon Muslimah.	1	Perawatan kecantikan

Sumber: Data Sekunder 2021

Dari Tabel 1.2 ini peneliti memilih Objek Penelitian di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM (Spa & Salon Muslimah)) yang mempunyai 14 cabang di Indonesia, diantaranya di kota Palembang, Gombang, Purworejo, Sragen dan Pusatnya terletak di Yogyakarta yang telah memiliki 3 cabang yaitu di Jakal, Gedongkuning dan di Bantul.

Grafik 1. 1 Jumlah Pelanggan

RCSM (Spa & Salon Muslimah) 2020



Sumber: Data Primer, 2021

Dari Grafik 1.1 Seperti yang telah disebutkan di atas, terlihat bahwa jumlah pelanggan RCSM (Spa & Salon Muslimah) Yogyakarta mengalami penurunan selama empat bulan berturut-turut, yang terjadi pada bulan Maret dan April. Terjadi penurunan 163 dari Februari hingga Maret, 13 dari Juni hingga Juli, 38 dari September hingga Oktober, dan 33 dari Oktober hingga November, tetapi penurunan terbesar pada konsumen adalah 3 Terjadi dari Maret hingga April, Pandemi Covid-19 mencapai 241 orang karena liburan RCSM (Spa & Muslim Salon) Ibulan yang menyerbu Indonesia.

Kunci untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan dengan menyediakan produk dan layanan berkualitas tinggi dengan harga bersaing. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah reaksi pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja produk yang sebenarnya. Perusahaan juga harus dapat memahami kebutuhan pelanggan dan mempelajari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Nofiyah & Julian Nurul, 2019). Untuk memberikan kepuasan pelanggan, bisnis harus bisa menjual barang dan jasa dengan kualitas terbaik dengan harga pantas, tergantung apa yang mereka dapatkan. Perusahaan juga menerapkan strategi untuk membentuk kepuasan pelanggan dengan memberikan layanan yang berkualitas. Kualitas yang baik mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang baik dengan

perusahaan.

Oleh karena itu, bisnis dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meminimalkan pengalaman konsumen yang tidak menyenangkan. Kepuasan Pelanggan Dapat Menciptakan Loyalitas kepada Pelanggan dan Loyalitas kepada Perusahaan Yang Memberikan Kualitas Yang Memuaskan (Tjiptono, 2002: 54). Selain kualitas pelayanan, harga juga berdampak signifikan bagi perusahaan. Karena setiap perusahaan yang didirikan tentunya memiliki harapan untuk mengalami perkembangan dan kemajuan yang baik dimasa yang akan datang serta mendapatkan manfaat yang sebesar-besarnya. Dalam persaingan yang ketat saat ini, harga yang ditawarkan untuk produk atau jasa sangat sensitif bagi konsumen. Perusahaan harus hati-hati menentukan harga setiap produk dan layanan yang mereka tawarkan, karena harga produk dan layanan yang ditawarkan secara langsung memengaruhi keputusan dan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang diterima tidak hanya berdampak positif terhadap citra perusahaan, tetapi juga membentuk kepuasan pelanggan yang membentuk loyalitas pelanggan kepada perusahaan.

Berbagai layanan telah menyebabkan persaingan harga untuk bisnis serupa yang sudah ada sebelumnya. Baru-baru ini, salon yang menjual produk, dll. (Ratnasari, 2016). Bagi konsumen, harga bukan sekedar nilai tukar barang dan jasa, tetapi konsumen selalu mengharapkan keterkaitan yang tepat antara manfaat produk yang mereka terima dan pengorbanan yang mereka lakukan. Persepsi harga yang ada pada konsumen produk dan jasa memiliki pengaruh

yang signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap jasa tersebut, sehingga penentuan harga yang tepat membutuhkan perhatian yang besar dari pihak perusahaan (Farid, 2015). Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk tertentu akan diutamakan pada produk tersebut (Swastha, 2004). Bila konsumen bersedia menerima tersebut, maka produk tersebut akan diterima oleh masyarakat. Perusahaan menetapkan harga karena pertimbangan, namun ada baiknya jika dalam penetapan harga tersebut disesuaikan juga dengan nilai, manfaat dan kualitas produk.

Fenomena dalam penelitian ini yaitu, RCSM (Spa & Salon Muslimah) merupakan sebagai lembaga jasa pelayanan yang mulai memiliki banyak pesaing adalah pelayanan yang diberikan, apakah sudah sesuai harapan pelanggan atau belum, oleh karena itu pihak salon dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas agar kepuasan pelanggan meningkat, pihak salon perlu secara cermat menentukan kebutuhan pelanggan sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan dan penyediaan fasilitas yang diberikan. Menjalin hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan tidak hanya di pelayanannya saja tetapi harga yang diberikan oleh RCSM (Spa & Salon Muslimah) apakah sudah sesuai dengan nilai, manfaat dan kualitas produk.

Alasan peneliti memilih di RCSM ini sebagai objek penelitian adalah karena RCSM (Spa & Salon Muslimah) sudah memiliki banyak cabang pusatnya di Yogyakarta namun juga memiliki cabang diluar kota seperti di Palembang, Gombong, Purworejo, Sragen dan Di RCSM (Spa & Salon Muslimah) tidak hanya kecantikan tetapi juga kesehatan. Hal ini menjadi alasan bagi peneliti untuk menjadikan RCSM sebagai objek Penelitian. Berdasarkan dengan uraian yang dijelaskan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan Judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Cantik Sehat Muslimah di Yogyakarta (studi pada pelanggan RCSM (spa & salon muslimah)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan pada latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Cantik Sehat Muslimah di Yogyakarta (studi pada pelanggan RCSM (spa & salon muslimah)?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Cantik Sehat Muslimah di Yogyakarta (studi pada pelanggan RCSM (spa & salon muslimah)?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Cantik Sehat Muslimah di Yogyakarta (studi pada

pelanggan RCSM (spa & salon muslimah)?

C. Tujuan Penelitian

Dari uraian diatas, tujuan dalam penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Cantik Sehat Muslimah di Yogyakarta (spa & salon muslimah).
2. Untuk mengetahui Seberapa besar kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Cantik Sehat Muslimah di Yogyakarta (spa & salon muslimah).
3. Untuk mengetahui Seberapa besar harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Cantik Sehat Muslimah di Yogyakarta (spa & salon muslimah).

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis
Hasil penelitian ini semoga bisa memberi manfaat, terutama pada manajemen pemasaran dalam hal faktor kualitas pelayanan, harga dan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini berguna sebagai sumbangan pemikiran dan rujukan bagi

pihak yang berkepentingan terutama masyarakat luas mengenai kepuasan pelanggan pada Rumah Cantik Sehat Muslimah di Yogyakarta (spa & salon muslimah).

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi dalam upaya untuk memperluas pengetahuan dibidang manajemen pemasaran.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna bagi perkembangan ilmu ekonomi kedepannya yang dimana penelitian ini dapat dijadikan salah satu referensi penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penulisan ini meliputi lima bab yang masing-masing dibagi dalam beberapa sub bab yang saling terkait.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan dalam penelitian ini.

BAB II : Landasan Teori dan Tinjauan Pustaka

Pada Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu yang memaparkan hasil penelitian orang lain yang sudah dilakukannya terlebih dahulu yang berhubungan dengan penelitian sekarang. Bab ini berisi uraian

dari tinjauan pustaka dan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III :Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang akan digunakan, meliputi jenis penelitian yang digunakan, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data, defenisi operasional variable penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang deskripsi dari data, pengujian hipotesis dan hasil dari temuan yang ditemukan oleh peneliti. Pembahasan penelitian ini juga berisikan tentang analisis dari hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Pada Bab ini merupakan Bab terakhir yang berisi tentang Kesimpulan dari hasil penelitian, saran yang perlu dibuat sehubungan dengan penelitian tersebut, dan rekomendasi dari penulis. Kesimpulan ini diperoleh dari hasil analisis yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya. Dan Bagian akhir dari skripsi berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran.