

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini banyak orang yang semakin peduli dengan penampilannya. Seiring dengan hal tersebut orang-orang mengambil peluang untuk membuka usaha jasa perawatan kecantikan. Meskipun banyak sekali jasa perawatan kecantikan yang bermunculan, tetapi hanya beberapa saja yang bisa bertahan untuk sukses dan tumbuh serta berkembang.

Produk jasa perawatan kecantikan ada bermacam-macam diantaranya cuci *blow*, *creambath*, *hair spa*, *facial*, *waxing*, *menicure*, *pedicure*, totok aura, ratus, lulur, *body massage*, *treatment* wajah-badan, *hair cut*, dan *hair colouring*, dan lain-lain. Melihat banyak masyarakat yang membutuhkan *treatment* relaksasi tubuh, refleksologi cocok untuk memenuhi dan mengembalikan tubuh kembali *fit*. Refleksologi merupakan sebuah *treatment* untuk *rejuvenation*, *relaxation*, *renewal*. Perawatan kecantikan merupakan perkembangan dari bidang ilmu kesehatan kulit. Perawatan kecantikan dapat ditemui diberbagai tempat seperti klinik kecantikan, *skin care* dan *beauty lab*.

Untuk memulai suatu usaha bisnis diperlukan perencanaan dalam bentuk dokumen tertulis dan berisikan ide dasar dan pertimbangan pendirian perusahaan. Dalam recana bisnis perlu diproyeksikan aspek pemasaran, pengoprasian dan pembiayaan aktivitas yang dilakukan selama antara tiga sampai lima tahun pertama. Pada saat mendirikan usaha kecil yang dioperasikan oleh tiga atau empat orang belum diperukan perencanaan formal.

Tetapi pada saat usaha berkembang, perencanaan harus dibuat dalam dokumentasi tertulis yang mencakup rencana jangka pendek, jangka menengah, jangka panjang secara rinci dan cermat, tepat dan akurat.¹

Dunia industri yang semakin pesat berubah, telah memunculkan konsekuensi secara langsung pada peningkatan persaingan antar perusahaan. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan harapannya.

Kepuasan konsumen telah menjadi konsep sentral dan wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan pada umumnya mengharapkan pelayanan yang baik sehingga pelayanan tersebut dapat diterima dan sesuai dengan apa yang diharapkan bahkan lebih. Mencapai tingkat kepuasan tertinggi adalah tujuan utama pemasaran. Pada kenyataannya, akhir-akhir ini banyak perhatian tercurah pada konsep kepuasan “total”, yang implikasinya adalah mencapai kepuasan sebagian saja tidaklah cukup untuk membuat pelanggan setia kembali lagi.

Kepuasan konsumen secara menyeluruh adalah hasil evaluasi dari pengalaman konsumsi sekarang yang berasal dari keandalan dan standarisasi pelayanan yang diukur dari pengalaman dengan indikator harapan secara keseluruhan. Kontruksi teoritis tentang “kepuasan” menunjukkan kondisi senang, lega dan tidak kecewa, karena sudah terpenuhi segala hasrat hati. Secara akademis kata kepuasan adalah konsep yang dapat dioperasionalkan dan dikembangkan sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian.²

¹Mas’ud Machfoedz, *Kewirausahaan (Metode, Manajemen, dan Implementasi)* Cetakan Pertama, BPFE Yogyakarta 2005, hlm 35.

²Eka Rahayu Ningsih, *Prilaku Konsumen (Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran)*, Nora Media Enterprise, Kudus 2010, hlm 194-195.

Dalam misi organisasi atau perusahaan juga penting untuk menyatakan teknologi apa yang relevan dan akan digunakan untuk menyelenggarakan berbagai proses dalam organisasi seperti misalnya dalam proses produksi, pengambilan keputusan dikaitkan dengan proses pengolahan informasi. Akan tetapi dalam pernyataan tentang pemanfaatan teknologi itu, harus pula tergambar kebijaksanaan organisasi tentang penanganan dampak pemanfaatan teknologi.³

Setiap organisasi dan perusahaan merupakan satuan kerja dengan karakteristik yang unik. Artinya setiap organisasi mempunyai jati diri yang khas dan jati diri itulah yang membedakannya dari organisasi dan perusahaan lain termasuk perusahaan yang dalam bisnis yang sama sekalipun.

Apakah organisasi atau perusahaan dipandang *bona fide* atau tidak, pantas dipercaya atau tidak, sangat tergantung pada kemampuan para pengambil keputusan dalam organisasi memantapkan jati dirinya tersebut.⁴ Hal ini sangat penting karena seperti dimaklumi suatu perusahaan atau organisasi hanya akan mampu mempertahankan eksistensi dan meningkatkan kemampuannya untuk tumbuh dan berkembang apabila perusahaan tersebut mampu memperoleh dan mempertahankan kepercayaan berbagai pihak yang berkepentingan.⁵

Pada Armina Skin Beauty Mayong Jepara tempat pelayanan pria dan wanita dibedakan di ruang yang berbeda. Klinik Kecantikan seharusnya menjadi tempat perawatan yang menjamin terhalangnya penglihatan dari pandangan laki-laki dan orang-orang yang bukan mahramnya. Seperti yang difirmankan Allah dalam surat An-Nuur ayat 31 sebagai berikut :

³Sondang P.Siagian, *Manajemen Stratejik*, Bumi Angkasa, Jakarta 13220, hlm 50.

⁴Sondang P.Siagian, *Ibid*, hlm 55.

⁵Sondang P.Siagian, *Ibid*, hlm 56.

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَحِفْظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ

زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ خُمُرَهُنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ

Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka Menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya.⁶

Klinik Kecantikan Armina Jepara berdiri pada tahun 2009. Pertama kali Klinik Kecantikan Armina Skin & Beauty Clinic yang didirikan di daerah Welahan Jepara. Seiring berjalannya waktu, Klinik Kecantikan Armina mulai berkembang membuka beberapa pada dua tempat di wilayah jepara yakni Armina Beauty Care yang terletak di Jl. Pemuda wilayah Jepara Kota pada tahun 2011 dan Armina Skin Beauty (Armina Denta) yang terletak di depan Kecamatan Mayong pada tahun 2013-2015 kemudian pindah di Ds Sengon, kios Timur SPBU Mayong daerah Mayong Bagian Barat mulai tahun 2015 sampai sekarang.

Armina Skin Beauty Mayong Jepara memiliki karyawan sekitar 10 orang pada tahun 2015 dan sekarang karyawannya sudah mencapai 19 orang. Sebagai organisasi yang bergerak di bidang perawatan kecantikan, sudah sewajarnya Armina Skin Beauty memiliki karyawan yang berkompeten dan terampil dibidang pelayanan dan perawatan kecantikan. Dibutuhkan fungsi perencanaan dan juga fasilitas kerja yang baik agar kualitas pelayanan menjadi lebih baik.⁷

⁶QS. An-Nuur ayat 31.

⁷Hasil Wawancara dengan Ibu dr. Yusrotun Nikmah selaku pemilik Klinik Kecantikan Armina Jepara, Pada Tanggal 08 oktober 2016 di Armina Skin & Beauty Clinic Welahan Jepara.

B. Penegasan Istilah

1. Implementasi

Implementasi adalah penerapan atau pelaksanaan yang diterapkan dari kurikulum yang telah dirancang untuk kemudian dijalankan sepenuhnya. Yang dimaksud implementasi dalam penelitian disini adalah pengenalan atau pemakaian fungsi perencanaan.

2. Fungsi Perencanaan

Perencanaan adalah hal, cara, atau hasil kerja merencana (kan):- yang baik diperlukan untuk setiap pekerjaan yang akan dikerjakan.⁸ Perencanaan juga diartikan sebagai pemilihan dan menghubungkan fakta, menggunakan asumsi-asumsi tentang masa depan dalam membuat visualisasi dan perumusan kegiatan yang diusulkan dan memang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan”.⁹

Fungsi adalah jabatan (yang dilakukan); pekerjaan yang dilakukan.¹⁰

Adapun yang dimaksud dengan fungsi perencanaan dalam penelitian ini adalah suatu proses menerapkan perencanaan dalam ruang lingkup perusahaan tersebut.

3. Fasilitas kerja

Fasilitas kerja adalah segala sesuatu yang yang terdapat dalam perusahaan yang ditempati dan dinikmati oleh karyawan, baik langsung dengan pekerjaan maupun untuk kelancaran pekerjaan.¹¹

⁸J.S. Badudu dan Sutan Mohammad Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Cet. Ke-1, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta 1994, hlm 1155.

⁹George R. Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Bumi Aksara, Jakarta 13220, hlm 46.

¹⁰WJS. Poerwodarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, PN. Balai Pustaka, Jakarta 1976, hlm 283.

¹¹Sudarwan Danim, *Transformasi Sumber Daya Manusia*, Bumi Angkasa, Jakarta 2008, hlm 117.

4. Armina Skin Beauty

Armina Skin Beauty merupakan rumah kecantikan di Jepara, melayani berbagai perawatan yang lengkap dan komplit diantaranya adalah perawatan wajah, perawatan tubuh, perawatan rambut, perawatan areaewanitaan, dan perawatan kuku. selain melayani jenis-jenis perawatan tersebut juga menyediakan berbagai produk kecantikan sesuai kebutuhan pelanggan serta konsultasi mengenai masalah kulit dan juga penanganannya.

C. Fokus penelitian

Batasan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan fokus. Sesuai dengan judul yang peneliti telah ambil dalam penelitian ini, maka peneliti ini hanya terfokus pada Implementasi Fungsi Perencanaan dan Fasilitas Kerja Untuk Meningkatkan Pelayanan Jasa Pelanggan di Armina Skin Beauty Mayong Jepara dilihat dari Perspektif Ekonomi Islam.

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka peneliti mengambil rumusan masalah yang menjadi acuan dalam penelitian yang akan penulis laksanakan. Adapun rumusan tersebut adalah :

1. Bagaimana implementasi Fungsi Perencanaan dan Fasilitas Kerja Untuk Meningkatkan Pelayanan Jasa Pelanggan di Armina Skin Beauty ?
2. Bagaimana Tinjauan Implementasi Fungsi Perencanaan dan Fasilitas Kerja Untuk Meningkatkan Pelayanan Jasa Pelanggan di Armina Skin Beauty Dilihat dari Perspektif Ekonomi Islam?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Implementasi Fungsi Perencanaan dan Fasilitas Kerja pada Armina Skin Beauty Mayong Jepara.
2. Untuk mengetahui Bagaimana Implementasi Fungsi Perencanaan dan Fasilitas Kerja yang Diterapkan pada Armina Skin Beauty Mayong Jepara dilihat dari Perspektif Ekonomi Islam.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan baik secara teoritis maupun praktis, antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat Secara Teoritis

- a. Diri penulis untuk mengembangkan wawasan keilmuan dan menambah pengetahuan tentang Ilmu Ekonomi Islam terutama dalam hal Implementasi Fungsi Perencanaan dan Fasilitas Kerja.
- b. Sebagai bahan dasar acuan untuk penelitian lebih lanjut mengenai preferensi pada Implementasi Fungsi Perencanaan dan Fasilitas Kerja.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Produsen, sebagai peluang baru dalam membaca Implementasi Fungsi Perencanaan yang sesuai dengan Syariat Islam.
- b. Konsumen, memberi informasi tentang Fasilitas Kerja serta pelayanan yang Islami.
- c. Pembaca pada umumnya untuk menambah pengetahuan dan juga bisa dijadikan sebagai bahan acuan.