

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dengan munculnya teknologi dan informasi, telah terjadi peningkatan yang tinggi dalam persaingan bisnis Indonesia. Berbagai jenis kemudahan yang disebabkan dengan kemajuan teknologi, komunikasi dan informasi telah mengakibatkan perkembangan persaingan yang sangat tajam, menempatkan konsumen pada risiko berbagai masalah yang sulit diselesaikan karena perpindahan yang awalnya dimaksudkan hanya untuk memenuhi kebutuhan kini telah menjadi persyaratan untuk memuaskan keinginan. Pada titik ini, hanya bisnis tertentu yang mampu memproduksi barang atau jasa dengan kualitas yang memadai untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atau konsumen.

Kemajuan dalam perusahaan di industri jasa telah berkembang pesat hingga mencapai perusahaan manufaktur. Kepuasan pelanggan sangat penting untuk dikelola dengan baik oleh perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan untuk memenuhi keinginan konsumen, kualitas yang baik dimulai dari tanggapan konsumen. Suatu perusahaan harus memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi untuk mencapai kepuasan pelanggan. Bagi pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berasal dari layanan yang terorganisir, dengan begitu akan menciptakan respon yang positif untuk pelanggan.

Suatu perusahaan jasa dapat dikatakan berhasil apabila ditentukan dengan kemampuan perusahaan tersebut dalam menciptakan loyalitas pelanggan, loyalitas pelanggan yaitu hasil dari suatu percobaan awal pada sebuah produk yang dibuktikan melalui kepuasan yang akan mengarah pada konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Pembelian ulang akan meningkatkan tingkat penjualan yang berarti keuntungan perusahaan. Loyalitas tersebut akan menjadi salah satu tujuan yang wajib dicapai oleh suatu perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya dari perusahaan pesaing yang sejenis. Dengan tercapainya menciptakan loyalitas pelanggan, kelangsungan hidup perusahaan tetap akan

bertahan pada kondisi perekonomian yang sedang mengalami ketidakjelasan seperti saat ini.¹

Mengenai kualitas jasa dalam berbisnis supaya tetap bertahan, maka perusahaan tersebut harus bisa menciptakan loyalitas pelanggannya. Produk yang berkualitas rendah akan mendapat resiko pelanggan tidak setia, jika kualitas diperhatikan dan dikuatkan dengan periklanan yang menarik maka loyalitas pelanggan akan mudah diperoleh sehingga kualitas dan promosi menjadikan faktor penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Pelanggan mempunyai peran yang utama dalam mengelola suatu usaha jasa, untuk mempertahankan kesetiaan pelanggan, maka pengelola perusahaan tetap menjaga kualitas pelayanan dengan baik dan sesuai untuk memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan. Perlu diketahui bahwa pelanggan yang puas tidak akan selalu menjadi pelanggan yang loyal, karena pada kenyataannya manusia memiliki rasa keingintahuan dan ingin mencoba suatu hal yang baru. Oleh karena itu, diperlukan memiliki strategi yang tepat supaya dapat mencegah pelanggan untuk pindah ke produk pesaing.²

Salah satu bisnis yang diminati oleh para pelaku usaha adalah bisnis di bidang bisnis salon. Bisnis ini meliputi salon kecantikan dan pangkas rambut.³ dulunya, salon hanya menawarkan layanan perawatan rambut. Namun, seiring berkembangnya zaman, banyak salon juga menawarkan layanan wajah dan badan, hingga ada salon yang menawarkan jasa rias untuk acara-acara seperti pernikahan, pesta, dan acara-acara khusus lainnya.

Bisnis jasa salon kecantikan dapat dijadikan sebagai investasi dalam jangka panjang, karena banyak wanita yang telah menjadikan perawatan kecantikan itu sebuah keharusan. Bukan hal yang aneh bahwa banyak kaum perempuan yang rela menghabiskan waktunya berjam-jam di salon kecantikan demi menjaga

¹Yulia Larasati Putri dan Hardi Utomo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”, *E-Jurnal Among Makarti*, Vol. 1, No.19, (Juli: 2017): 17.

²Ahmad Mardalis, “Meraih Loyalitas Pelanggan”, *Benefit*, Vol.9, No.2 (Desember 2005): 116-118.

³Tim Redaki Portal Investasi, “*Menguak Potensi Usaha Salon Kecantikan dari Rumah, Tertarik?*”, diakses melalui <https://www.portalinvestasi.com/potensi-usaha-salon-kecantikan/> pada 24 Mei 2023 pukul 04.28 WIB

penampilan supaya tampil cantik. Oleh karena itu, mereka akan membayar berapa pun harga yang diperlukan agar penampilan dirinya lebih cantik dan menarik sehingga mereka memiliki nilai tersendiri di lingkungannya. Para pebisnis memanfaatkan promosi di *facebook* dan *instagram*. Selain itu, mengandalkan promosi lewat pasien-pasiennya atau cerita dari mulut ke mulut.⁴

Jumlah penduduk di desa Jepang Pakis Kudus tahun 2021 adalah 9.738 jiwa dengan komposisi jumlah penduduk laki-laki 4.882 jiwa serta penduduk perempuan sebanyak 4.856 jiwa.⁵ Berdasarkan interpretasi data, untuk memperoleh hipotesis bahwa ada peluang pasar yang signifikan bagi industri jasa untuk berkembang, yang mengarah pada konsumen membutuhkan pelayanan jasa kecantikan

Bisnis salon kecantikan kini berkembang secara signifikan, hal ini bisa dijumpai di sepanjang jalan pusat kota maupun daerah pinggiran. Tempat perawatan kecantikan tidak hanya di datangi oleh orang-orang yang kulitnya bermasalah, akan tetapi juga didatangi oleh orang-orang yang ingin terlihat lebih menarik dan cantik dari biasanya dengan melakukan perawatan yang dipromosikan oleh klinik atau salon kecantikan tersebut. Contoh dari pelayanan yang ditawarkan di salon kecantikan adalah *body Spa, facial, hair treatment* dan lain sebagainya.

Salon *Araya Healthy Skin Caredan Spaselalu* berusaha untuk melakukan pengembangan, baik dari segi fisik bangunan, jenis pelayanan, kualitas pelayanan, maupun manajemen salon. Dalam berbisnis harus mampu menciptakan prinsip-prinsip dalam pemasaran dan metode-metode dalam memecahkan suatu masalah mengenai tugas pemasaran, yaitu mengidentifikasi kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pangsa pasar sasaran untuk memenuhi kebutuhan mereka secara efisien dan efektif dari pesaing dengan meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat, yang berarti bisnis akan lebih responsif terhadap lingkungannya. Kemudian, strategi terhadap respon lingkungan yakni dengan

⁴Tim Redaksi Kontan.co.id, “Melirik Laba Menawan dari Klinik Kecantikan”, diakses melalui <https://www.google.com/amp/s/amp.kontan.co.id/news/melirik-laba-menawan-dari-klinik-kecantikan-1> pada 24 Mei 2023 pukul 06.30 WIB

⁵Data Penduduk Desa Jepangakis, diakses melalui <https://www.desajepangpakis.com/profil-desa/data-penduduk> pada 24 Mei 2023 pukul 06.54 WIB

pengambilan keputusan terhadap prosesnya suatu perusahaan dengan menggunakan strategi yang sistematis.⁶

Untuk memenuhi kebutuhan perawatan kecantikan, pelaku bisnis banyak yang mempromosikan jasa perawatan kecantikan dengan pelayanan dan harga yang berbeda-beda, hal itulah yang akan menjadi ciri khas serta keunggulan klinik maupun salon kecantikan, seperti *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* milik ibu Arie Wijayanti yang terletak di Jl. Pattimura, KarangPakis, kecamatan Jati, kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59344.

Kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam melakukan manajemen bisnis pada suatu salon. Pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang telah dirasakan oleh pelanggan tentunya akan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat menjadi kualitas kinerja suatu perusahaan jika setelah pembelian pelanggan akan menghasilkan penilaian yang memuaskan serta kualitas pelayanan yang baik juga maka akan tercipta loyalita pelanggan. Dengan demikian, adanya kepuasan pelanggan, pelanggan yang terpuaskan akan berulang lagi menjadi pelanggan dan setia pada salon tersebut. Melainkan, jika pelanggan kecewa pada kualitas pelayanan yang buruk maka dapat menjadi daya saing *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa*.

Bisnis salon berkembang pesat seiring dengan persaingan yang semakin ketat, maka pebisnis salon tidak hanya mendapatkan pelanggan baru tetapi juga berkompetisi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan yang telah mereka peroleh. Oleh karena itu, pebisnis harus mampu membangun dan mempertahankan strategi yang baik.⁷ Pelanggan akan merasa puas jika pelayanan yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan dengan baik dan memuaskan.⁸ Sebagai usaha yang bergerak di bidang jasa salon kecantikan, salah satu hal terpenting yang diterapkan *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* adalah mengutamakan produk perawatan kulit berkualitas

⁶ Iksan, *Manajemen Strategis Dalam Kompetisi Pasar Global*, (Jakarta: Gaung Persada Press, 2009), 140.

⁷ Miranda Hany Cinthiya dan Sri Dwiyantri, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Klien Pada Jasa Makeup Pengantin di Desa Pekarungan Sidoarjo", *E-Jurnal*, Vol. 09, No.4, (2020): 21.

⁸ Agus Surya Bharmawan dan Naufal Hanif, *Manajemen Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2022), 3.

tinggi. Menentukan kepuasan pelanggan pada tahap pertama dari sebuah strategi bisnis adalah faktor utama bagi *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* sebagai bisnis yang sukses di industri *spa*.

Dengan menciptakan keunggulan pada kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat dan mempengaruhi laba pada bisnis. Faktor penting dalam bisnis jasa khususnya salon kecantikan yaitu dengan adanya loyalitas pelanggan, ditengah-tengah persaingan bisnis yang semakin ketat *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* mampu bertahan. Alasan peneliti memilih salon kecantikan *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* sebagai objek penelitian adalah sebab *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* memfasilitasi tempat perawatan yang bersih, nyaman dan biaya perawatan yang terjangkau untuk kalangan masyarakat. Selain itu, kesabaran, keramahan, ketelatenan pemilik *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* dalam melakukan perawatan merupakan penilaian tersendiri untuk para pelanggan. Setelah perawatan memperoleh hasil yang memuaskan dengan biaya yang terjangkau. Oleh karena itu, para pelanggan akan terus berlangganan di *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa*. Ketika suatu pelayanan atau produk berkualitas lebih tinggi, maka loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan akan meningkat.

Berdasarkan uraian diatas, mengingat pentingnya masalah mengenai kualitas pelayanan, maka peneliti tertarik memilih judul “**Strategi Kualitas Pelayanan Pada *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* di Jepang Pakis Kudus**”.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian untuk memilih data yang relevan maupun data yang tidak relevan. Kualifikasi dalam penelitian ini lebih didasarkan pada tahap kepentingan atau urgensi berasal dari masalah yang dialami dalam penelitian ini. Penelitian ini akan difokuskan pada “Strategi Kualitas Pelayanan Pada *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* di Jepang Pakis Kudus”.

C. Rumusan Masalah

Dari penelitian yang berjudul Strategi Kualitas Pelayanan Pada *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* di Jepang Pakis dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi kualitas pelayanan yang diterapkan pada salon kecantikan *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* di Jepang Pakis Kudus?
2. Bagaimana strategi dalam mempertahankan kualitas pelayanan pada *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* di Jepang Pakis Kudus
3. Bagaimana strategi *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di Jepang Pakis Kudus?
4. Apa saja yang menjadi keunggulan salon kecantikan *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* di Jepang Pakis Kudus?
5. Apa saja kendala dan solusi kualitas pelayanan pada *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* di Jepang Pakis Kudus?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi kualitas pelayanan yang diterapkan pada salon kecantikan *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* di Jepang Pakis Kudus.
2. Untuk mengetahui strategi dalam mempertahankan kualitas pelayanan pada *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* di Jepang Pakis Kudus
3. Untuk mengetahui strategi *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di Jepang Pakis Kudus.
4. Untuk mengetahui keunggulan salon kecantikan *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* di Jepang Pakis Kudus.
5. Untuk mengetahui kendala dan solusi kualitas pelayanan pada *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* di Jepang Pakis Kudus.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis
 - a. Dapat memberikan tambahan teori yang sudah ada dan dapat memberikan tambahan pengetahuan tentang strategi kualitas pelayanan pada kompetisi bisnis.
 - b. Dapat memberikan kontribusi keilmuan bagi praktisi dan akademi Ekonomi Syariah.
 - c. Dapat dijadikan landasan atau referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Secara Praktis
 - a. Bagi IAIN Kudus

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara aplikatif secara teoritis bagi pengembangan ilmu

pengetahuan di bidang Ekonomi Islam mengenai strategi kualitas pelayanan.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat aplikatif secara teoritis bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang Ekonomi Islam mengenai Strategi Kualitas Pelayanan pada Salon Kecantikan *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa*

c. Bagi Pemilik Salon Kecantikan *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa*

Bagi pemilik salon, hal ini dapat dijadikan acuan supaya pemilik salon kecantikan *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa* dapat mempertahankan strategi kualitas pelayanan dengan mendukung daya tarik untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bisa menjadi acuan terhadap penelitian sejenis mengenai Strategi Kualitas Pelayanan Pada *Araya Healthy Skin Care* dan *Spa*, sehingga memudahkan peneliti selanjutnya.

F. Sistematika Penulisan

Berikut ini telah disusun guna memberikan gambaran umum tentang apa yang telah diuraikan dalam penulisan skripsi ini:

BABI : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang yang mendasari permasalahan penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai kajian teori yang melandasi dan menjadi acuan dalam penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai jenis dan pendekatan, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai gambaran umum obyek penelitian, deskripsi data penelitian dan analisis data penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan penelitian, penjelasan mengenai keterbatasan dan saran pada penelitian.

