

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin lama akan mengalami persaingan, perubahan, dan ketidakpastian. Keadaan tersebut menimbulkan persaingan yang ketat antara perusahaan sehingga mengharuskan perusahaan untuk lebih memperhatikan *Total Quality Service* (TQS) agar perusahaan dapat memenangkan persaingan bisnis yang semakin kompetitif untuk mencapai kepuasan konsumen.¹ Implementasi TQS memerlukan peran dan komitmen dari pihak manajemen melalui penciptaan komunikasi yang baik dan kerja sama tim.²

Service Quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki pelanggan.³

Pada era globalisasi sekarang, perkembangan dunia usaha di Indonesia semakin pesat dan diperlukan perubahan dalam pola pengelolaan manajemennya yang berorientasi pada pengguna jasa. Pengelolaan manajemen dapat berupa pelayanan pegawai berkualitas yang diberikan kepada konsumen.

¹Lina Ananta, *Service Excellence Competing Through Competitiveness* (Bandung: Alfabeta, 2008), 67.

²Ibid., 68-69.

³Ibid., 71.

Karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk atau jasa bagi konsumen, yaitu kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa harus menempatkan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama dengan diwujudkan melalui pemberian pelayanan terbaik.

Kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan konsumen secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan konsumen) merupakan aspek yang sangat penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.⁴ Kualitas pelayanan merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik.⁵ Dimana penilaian tersebut dapat diukur dengan menggunakan lima dimensi, yaitu: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Pelayanan yang berkualitas juga merupakan suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani konsumen secara memuaskan.

Upaya mencapai pelayanan yang berkualitas bukanlah hal mudah, akan tetapi jika dilakukan, maka perusahaan di bidang jasa tersebut akan meraih

⁴FandiTjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), 145.

⁵<http://Sutisna.com/artikel/artikel-ilmu-sosial/konsep-kualitas-pelayanan/>, diakses 19 Maret 2016.

manfaat besar, salah satunya membuat persepsi yang baik di konsumen. Secara garis besar terdapat empat pokok dalam kualitas pelayanan, yaitu: kecepatan, ketepatan, keramahan, kenyamanan.⁶

Menurut Kotler kinerja pelayanan karyawan menentukan hasil dan kinerja perusahaan. Jasa layanan tentunya melewati suatu proses penilaian kinerja karena faktor pelayanan merupakan faktor utama dalam usaha, para konsumen mengharapkan adanya pekerjaan yang profesional atau yang memiliki kemampuan yang baik dalam melayani keinginan konsumen, serta mereka juga menginginkan kelengkapan fasilitas fisik maupun nonfisik, agar terciptanya suasana yang berbeda dan memberikan kesan yang baik bagi konsumen.⁷

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan, dengan kata lain persepsi ialah memberikan makna pada stimulasi indrawi.⁸ Pada dasarnya, persepsi dimulai saat seseorang mempunyai pendapat atau pandangan seseorang tersebut akan suatu hal seperti adanya promosi melalui media cetak, misalnya melalui brosur, pamflet serta pemasangan iklan dan promosi dari mulut kemulut, memberi harga khusus pada setiap satu bulan sekali dengan spesial diskon bagi pelanggan yang setia, serta memberikan potongan diskon pada member.⁹ Jadi persepsi merupakan tindakan menyusun,

⁶Fandy Tjiptonodan Candra, *Service Quality dan Satisfaction*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 119.

⁷Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Salemba, 2000), 50.

⁸Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (ed. Revisi) (Bandung: Remaja Rosdakaryo, 1986), 51.

⁹Hasil wawancara dengan Laila Aniza'ar selaku pemilik Balqis spa muslimah, 17 Mei 2016 .

mengenali dan menafsirkan informasi guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan.¹⁰

Berkaitan erat dengan persepsi diri untuk mempermudah mengetahui lokasi Balqis spa muslimah, terletak di Jln. Panglima Sudirman No. 107 A Kediri, dimana berada di tengah-tengah kota yang bisa dijangkau oleh masyarakat, antara lain dikalangan mahasiswa maupun ibu-ibu dari kota kediri maupun dari luar kota kediri.¹¹

Persepsi konsumen dibangun atas kualitas pelayanan (*service quality*) yaitu dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Karena fokus kualitas adalah kepuasan pelanggan, perlu dipahami komponen-komponen yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya, kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana, yaitu suatu keadaan dimana kebutuhan keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi.¹²

Gaya hidup wanita masa kini selalu dituntut untuk memperhatikan penampilan, tidak hanya dalam berbusana, namun juga penampilan wajah dan

¹⁰<http://id.m.wikipedia.org/wiki/persepsi/> diakses tanggal 30 April 2016.

¹¹Hasil wawancara dengan Laila Aniza'ar selaku pemilik Balqis Spa Muslimah Kediri, 17 Mei 2016.

¹²Drs. M.N, Nasution. *Manajemen Mutu Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), 45.

tubuh. Inti perawatan dari muslimah adalah untuk mensyukuri nikmat Allah dengan menjaganya. Spa khusus muslimah menjadi perawatan yang menjamin terhalangnya penglihatan aurat muslimah dari pandangan laki-laki dan orang yang bukan mahramnya. Penampilan diri seutuhnya menjadi sebuah kebutuhan penting untuk menunjang kepercayaan diri khususnya bagi seorang wanita. Kecantikan menjadi suatu asset terpenting bagi sebagian besar wanita, terutama di era modern saat ini yang menuntut wanita untuk selalu tampil menarik setiap saat. Maka dari itu, saat ini banyak berkembang salon-salon, klinik atau pusat kecantikan wanita seperti Balqis Spa Muslimah di kota Kediri.

Balqis berdiri sejak tahun 2008, yang berlokasi di Jln. Panglima Sudirman No. 107 A Kediri. Balqis Spa Muslimah hadir untuk mewujudkan keinginan wanita muslimah agar bisa tampil sehat, cantik dan terawat tetapi dalam koridor syariah. Pada Balqis Spa Muslimah ini merupakan salah satu usaha salon kecantikan khusus para muslimah yang ada di Kota Kediri, yang menyediakan pelayanan jasa kecantikan seperti, Hair Mask, Hair Treatment, Body Scrub, Message, Facial dan paket kecantikan yang lain.

Meskipun Balqis Spa Muslimah merupakan satu-satunya Spa Muslimah di Kota Kediri tetapi Balqis Spa Muslimah mampu bersaing dengan Salon Spa yang belum mempunyai brand syariah, dengan salon kecantikan yang lebih dulu bergerak di bidang jasa, hal ini dibuktikan dari jumlah konsumen yang datang di Balqis Spa Muslimah.¹³

¹³Hasil wawancara dengan Laila Anizar selaku pemilik Balqis spa muslimah, 17 Mei 2016.

Peneliti tertarik pada Balqis Spa Muslimah karena memberikan fasilitas kepada wanita muslimah saat memanjakan dirinya dan tetap merasa nyaman dengan privasi dan nuansa Islami, misalnya seperti karyawan berpakaian muslimah, berkomunikasi dengan konsumen secara baik, dan tidak memperbolehkan kaum pria masuk agar konsumen wanita mendapatkan kenyamanan, selain itu setiap harinya Balqis spa muslimah menerima pelanggan tiga sampai lima, itupun ketika Balqis spa muslimah dalam keadaan sepi, dan ketika ramai bisa mencapai dua puluh pelanggan pada Balqis spa muslimah. Di samping itu produk-produk kecantikan yang digunakan juga produk yang dianggap tidak ada larangan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), dan memiliki izin resmi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Untuk produk-produk yang digunakan Balqis Spa Muslimah memang khusus memberikan yang terbaik.¹⁴

Balqis Spa Muslimah yang bergerak di bidang jasa harus menempatkan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama dengan diwujudkan melalui pemberian pelayanan yang terbaik, sehingga konsumen tidak akan pindah ke Spa lainnya. Dengan demikian akan menguntungkan Balqis Spa Muslimah karena dengan adanya konsumen yang setia (*loyal*) dapat menjamin perkembangan Balqis Spa Muslimah itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengangkat judul “Persepsi Konsumen Terhadap Pelayanan Balqis Spa Muslimah Kediri.”

¹⁴Ibid,.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan judul di atas dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pelayanan Balqis Spa Muslimah Kediri ?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap pelayanan Balqis Spa Muslimah Kediri ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pelayanan Balqis Spa Muslimah Kediri.
2. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap pelayanan Balqis Spa Muslimah Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, peneliti diharapkan dapat meningkatkan kemampuan intelektual dalam melakukan penelitian. Sebagai sarana menambah wawasan peneliti terutama yang berhubungan dengan kajian yang dipelajari.
2. Bagi pengelola Balqis Spa Muslimah, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan di dalam menerapkan strategi pelayanan.
3. Bagi masyarakat (konsumen), sebagai bahan pertimbangan untuk memilih kualitas pelayanan di Balqis Spa Muslimah.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka mempunyai untuk menjelaskan judul dan isi singkat kajian-kajian yang pernah dilakukan terkait topik yang akan diteliti. Dalam hal ini setidaknya ada dua penelitian yang pernah diteliti terkait dengan judul penelitian, “Persepsi konsumen terhadap pelayanan Balqis Spa Muslimah Kediri”, yaitu:

Penelitian yang dilakukan Lailatul Nur Rohmah dengan judul Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Ar-Rahman Tulungagung penelitian ini lebih fokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan. Dengan hasil bahwa faktor yang mempengaruhi nasabah memilih produk pembiayaan musyarakah ini adalah termasuk produk yang mudah untuk menambah modal dan sesuai dengan usaha mereka. Sedangkan penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan musyarakah pada BMT Ar-Rahman Tulungagung adalah reabilitas, daya tanggap, dan bukti fisik dinilai sudah cukup baik; jaminan sangat baik; serta empati kurang baik.¹⁵

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian Lailatul Nur Rohmah adalah sama-sama membahas mengenai persepsi dan kualitas pelayanan. Perbedaannya, pada penelitian yang akan diteliti membahas persepsi melalui dua hal, diantaranya faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, dan persepsi konsumen terhadap pelayanan. Selain itu pada penelitian

¹⁵Lailatul Nur Rohmah, ”Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Ar-Rahman Tulungagung”. Skripsi tidak diterbitkan. STAIN, KEDIRI, 2012.

yang akan diteliti juga membahas pelayanan secara luas, meliputi kualitas pelayanan, lima dimensi pelayanan, dan pelayanan dalam Islam.

Penelitian yang dilakukan Lailatul Munawaroh dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. Didalam penelitian tersebut membahas pengaruh dari kualitas pelayanan yang dihubungkan dengan kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Dengan hasil bahwa penelitian ini tidak signifikan, yang artinya tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BMT Syariah Pare, Kediri.¹⁶

Persamaan penelitian yang akan diteliti dengan penelitian Lailatul Munawaroh adalah sama-sama meneliti tentang pelayanan. Namun, penelitian tersebut dihubungkan dengan kepuasan nasabah. Sedangkan peneliti yang akan diteliti membahas tentang persepsi konsumen terhadap pelayanan.

¹⁶Lailatul Munawaroh, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BMT Syariah Pare)". Skripsi tidak diterbitkan. STAIN KEDIRI, 2011.