

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman dan pertumbuhan perekonomian cenderung membuat kebutuhan masyarakat untuk mengkonsumsi suatu barang ataupun jasa meningkat, sehingga mengharuskan perusahaan baik produk maupun jasa yang berskala besar maupun kecil harus menciptakan kepuasan bagi pelanggan melalui pelayanan. Khususnya perusahaan jasa dimana pelayanan memegang peranan penting dan sangat berhubungan erat dengan perusahaan industri maupun instansi-instansi yang terkait dengan kliennya.

Era globalisasi telah menyajikan kenyataan baru, dimana produk maupun jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam. Menurut Yamit (2001:4), dalam era globalisasi kualitas merupakan inti bisnis, karena kualitas telah menjadi harapan dan keinginan semua orang khususnya pelanggan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas jasa pelayanan lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayanan, kualitas dan level. kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Tjiptono, 2004:59).

Melalui kualitas pelayanan maka usaha bisnis atau organisasi dapat melihat keunggulan dari bisnis yang mereka jalankan. Mengukur tingkat kualitas pelayanan ini sangatlah penting karena dengan mengetahui kualitas pelayanan jasa, perusahaan atau bisnis dapat lebih unggul dari pesaingnya dalam memenuhi keinginan pelanggan.

Lalu, usaha bisnis yang dilakukan saat ini seperti jasa komunikasi, jasa distribusi, jasa kesehatan, jasa pendidikan, jasa kecantikan dan lain sebagainya, semuanya memperhatikan pelayanan jasa salah satunya yaitu usaha jasa kecantikan Salon Moz5. Salon Moz5 adalah usaha jasa kecantikan yang ada di Kota Palembang, salon tersebut ditunjukkan khusus

bagi kaum wanita baik remaja maupun dewasa. Salon Moz5 sangat mengutamakan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan salah satunya mereka memiliki karyawan yang profesional.

Selain itu pelayanan jasa yang diberikan Salon Moz5 juga berupa kebersihan dan kerapian yang terjaga serta keramahan dan kecepatan pelayanan dalam proses memberikan pelayanan terhadap pelanggan. Selanjutnya, pada ruang tunggu Salon Moz5 disediakan majalah serta minuman sehingga pelanggan tersebut tidak merasa bosan.

Di samping kualitas pelayanan, harga juga sangat berperan dalam meningkatkan perkembangan usaha. Harga yang ditawarkan dapat menjadi pertimbangan calon pelanggan sebelum menggunakan jasa salon, akan tetapi pada Salon Moz5 memiliki pilihan hemat dengan menggunakan Paket Voucher sebagai hadiah untuk diberikan kepada teman maupun saudara, paket voucher ini berlaku pada hari senin-kamis, misalnya untuk 1 voucher dapat merasakan lulur ratu dengan tarif harga member Rp. 138.000 dan sedangkan untuk non member yaitu Rp. 150.000. Dengan demikian penetapan harga juga harus diperhatikan seorang wirausaha demi tercapainya target dan tujuan yang diinginkan.

Dalam melayani pelanggannya Salon Moz5 memberikan 5 dimensi kualitas pelayanan. Seperti bukti langsung (*Tangibles*) yaitu fasilitas fisik, perlengkapan dan pegawai. Lalu *reliability* yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan pelanggannya. Selanjutnya *responsiveness* yaitu keinginan para karyawan untuk memberikan pelayanan dengan tanggap. Dalam melayani pelanggan Salon Moz5 tidak memandang siapa saja yang dilayaninya, maksudnya para karyawan harus melayani semua pelanggan tanpa melihat status atau siapa pelanggan tersebut. *Assurance* yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan.

Para karyawan Salon Moz5 harus mampu memberikan pelayanan yang maksimal agar Salon Moz5 dapat dipandang baik oleh pelanggannya. Dalam menunjang peningkatan pelayanan pada Salon Moz5, salon tersebut

harus memberikan pelayanan serta mutu yang sangat baik kepada konsumennya karena pelayanan merupakan bentuk penilaian untuk melihat apakah perusahaan tersebut baik atau tidak. Jumlah pengunjung setiap bulananya dapat dilihat dari data sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Daftar Pengunjung
Salon Moz5 Cabang PTC Mall Palembang Tahun 2015**

No	Bulan	Jumlah
1.	Januari	418
2.	Februari	300
3.	Maret	339
4.	April	329
5.	Mei	362
6.	Juni	323
7.	Juli	335
8.	Agustus	487
9.	September	420
10.	Oktober	514
11.	November	380
12.	Desember	545
TOTAL		4752

Sumber: Salon Moz5 Palembang, 2015

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan pada Salon Moz5 mengalami kenaikan dan penurunan. Pelayanan jasa yang ada pada Salon Moz5 seperti *Massage, Facial, Totok Aura, Body Spa dan Hair Mask*. Salon Moz5 berbeda dengan salon-salon kecantikan yang lainnya, aturan pada salon moz5 ialah laki-laki dilarang masuk, itu menunjukkan bahwa salon moz5 hanya menerima wanita. Salon Moz5 selalu menjaga dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya. Sehingga bila terjadi kenaikan harga pada Salon Moz5 pelanggan tersebut akan tetap

menggunakan Jasa tersebut karena Salon Moz5 memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan bagi pelanggannya.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk membahasnya kedalam laporan akhir yang berjudul “**Kualitas Pelayanan Jasa Pada Salon Moz5 Cabang PTC Mall Palembang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dalam latar belakang di atas maka permasalahan yang akan di ambil adalah:

1. Bagaimana kualitas pelayanan jasa pada Salon Moz5 Cabang PTC Mall Palembang?
2. Dimensi kualitas manakah yang paling dominan pada Salon Moz5 Cabang PTC Mall Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar dalam penulisan laporan ini terarah dan tidak menyimpang, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu:

1. Melihat kualitas pelayanan jasa dengan mengukur lima dimensi kualitas jasa yaitu dimensi bukti fisik (*Tangibles*), dimensi keandalan (*Reliability*), dimensi daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Empathy*).
2. Dimensi yang paling dominan dalam memberikan Kualitas Pelayanan Pada Salon Moz5 Cabang PTC Mall Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan permasalahan yang telah diuraikan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa pada Salon Moz5 Cabang PTC Mall Palembang.
2. Untuk mengetahui dimensi Kualitas Pelayanan Jasa manakah yang paling dominan pada Salon Moz5 Cabang PTC Mall Palembang.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Penulis
 - a. Dapat meningkatkan wawasan melalui pengalaman yang diperoleh selama melakukan penelitian, serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.
 - b. Dapat memberikan salah satu masukan dan saran yang bermanfaat, bagi perusahaan untuk memasarkan jasa khususnya di bidang salon kecantikan.
2. Manfaat bagi Perusahaan
 - a. Dapat dijadikan sebagai salah satu bahan masukan positif yang berguna untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan jasa dengan lima dimensi yang telah diteliti, dan dapat mengetahui dimensi mana yang paling dominan berpengaruh terhadap perkembangan usahanya.
 - b. Dapat memberikan masukan dan saran yang bermanfaat, bagi perusahaan untuk menentukan langkah selanjutnya dalam mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penulis memilih objek penelitian pada Salon Moz5 Cabang PTC Mall Palembang yang berada di Ruko Blok G No. 2 Jln. R. Sukanto Palembang. Data yang didapat berupa jumlah pengunjung 12 Bulan terakhir yaitu Januari sampai Desember tahun 2015.

1.6.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut Umar (2002:130) jenis dan sumber data dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner. Pengumpulan data primer dalam penulisan laporan ini yaitu diperoleh langsung dari pemilik Salon Moz5 Cabang PTC Mall Palembang dan dibantu oleh karyawan yang diberikan wewenang untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penulisan laporan akhir ini.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain.

1.6.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

a. Populasi

Menurut Yusi (2009:59) populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan. Dengan demikian populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pelanggan pada Salon Moz5.

Populasi yang digunakan oleh penulis adalah konsumen yang berkunjung ke Salon Moz5 Palembang pada periode Januari sampai Desember 2015 yang berjumlah 4752.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2008:129), “Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu”. Pada penelitian ini jumlah ukuran sampel yang akan diteliti diambil dari jumlah pengunjung Salon Moz5 bulan Januari-

Desember 2015 yaitu 4752. Teknik Pengambilan sampel menggunakan rumus dari Taro Yamane sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Dimana:

- n = Jumlah sampel
 N = Jumlah Populasi
 d² = Presisi yang ditetapkan

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel (n) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1} = \frac{4752}{(4752) \cdot 0,1^2} = \frac{4752}{(4752) \cdot (0,01) + 1} = \frac{4752}{48,52} = 97,9$$

= 98 Responden

Jadi, jumlah sampel sebesar 98 Responden.

c. Teknik Sampling

Dengan keterbatasan penulis dalam penelitian, maka penelitian diambil dengan menggunakan teknik accidental sampling, “Accidental Sampling yaitu dimana penelitian langsung mengumpulkan data dari unit sampling yang dijumpai, menurut Yusi (2009:67)”.

1.6.4 Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Riset Lapangan

Riset lapangan merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan cara datang ke tempat yang akan diteliti dan melihat segala kegiatan yang akan diteliti. Penelitian ini meliputi:

a. Wawancara

Penulis melakukan wawancara pada pemilik Salon Moz5 Cabang PTC Mall Palembang secara langsung dan dengan dibantu oleh satu orang karyawannya yang diberikan wewenang untuk memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penulisan laporan akhir ini.

b. Observasi (Pengamatan Langsung)

Penulis akan melakukan observasi secara langsung ke objek yang akan diteliti dengan mengunjungi Salon Moz5 Cabang PTC Mall Palembang

c. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2007:199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

2. Riset Kepustakaan

Riset kepustakaan merupakan langkah yang penting dimana setelah, seorang peneliti menetapkan topik penelitiannya, langkah selanjutnya adalah melakukan kajian yang berkaitan dengan teori yang berkaitan dengan topik penelitian. Dalam melakukan pencarian teori, peneliti akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan yang berhubungan. Sumber-sumber kepustakaan dapat diperoleh dari buku, jurnal, majalah, dan sumber-sumber lainnya yang sesuai seperti internet, koran dan lainnya.

1.6.5 Analisis Data

a. Analisis Kualitatif

Menurut Yusi (2009:102) “analisis kualitatif yaitu data yang tidak berbentuk angka melainkan rangkaian informasi yang digali

dari hasil penelitian tetapi masih merupakan fakta verbal atau keterangan.

b. Analisis Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2007:27) analisa kuantitatif adalah instrumen yang digunakan sebagai alat pengumpulan data yang dapat berbentuk test, angket/kuesioner, untuk pedoman wawancara atau observasi.

Menurut Riduwan (2008:41), Metode analisis ini menggunakan persentase karena metode ini digunakan penulis untuk menghitung jawaban atas kuesioner dari responden dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Persentase jawaban} = \frac{\text{Total Skor yang didapat}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$$

Keterangan :

$$\begin{aligned} \text{Skor maksimal} &= \text{Skor Terbesar} \times \text{Sampel (n)} \\ &= 5 \times 98 = 490 \end{aligned}$$

Total skor yang di dapat = jawaban x skala

Setelah melakukan persentase, maka kita dapat menggolongkan persentase tersebut kedalam kriteria interpretasi skor sebagai berikut:

Tabel 1.2
Kriteria Interpretasi Skor

No.	Skor/angka	Interprestasi
1.	0%-20%	Sangat Lemah
2.	21%-40%	Lemah
3.	41%-60%	Cukup
4.	61%-80%	Kuat
5.	81%-100%	Sangat Kuat

Sumber: Riduwan dan Akdon, (2008:18)

1.6.6 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala likert, Menurut Yusi (2009:78) “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala social”. Maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang dapat diukur.

Tabel 1.3
Pengukuran Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiono (2008)