

# BAB 1

## PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini berisi pengantar akan penelitian yang akan dilakukan, apa yang melatarbelakangi penelitian yang akan dilakukan, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan batasan masalah.

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangibile* yang biasanya terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan/ atau sumber daya fisik atau barang dan/ atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan (Grönroos, 2000). Bisnis jasa terdiri atas dua komponen utama, yaitu operasi jasa dan penyampaian jasa. Pada operasi jasa, input diproses dan elemen-elemen produk jasa diciptakan, sedangkan pada penyampaian jasa, elemen-elemen produk jasa dirakit, dirampungkan, dan disampaikan kepada pelanggan (Lovelock, *et al.*, 2004).

Peran industri jasa dalam perekonomian Indonesia cukup besar. Hal ini ditunjukkan oleh kontribusi sektor jasa terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan dokumen Pertumbuhan Ekonomi Indonesia dari Badan Pusat Statistik, pada tahun 2012 kontribusi sektor jasa adalah sebesar 10,23% dan pada tahun 2013 meningkat menjadi 10,84% (Badan Pusat Statistik, 2013). Hal ini menunjukkan bahwa usaha di bidang jasa telah semakin berkembang. Begitu pula yang terjadi di Yogyakarta, industri jasa semakin bermunculan, baik itu jasa personal, jasa bisnis, jasa rekreasi dan kultural, serta jasa-jasa lainnya. Salah satunya adalah jasa salon kecantikan yang termasuk dalam jasa personal. Perawatan kecantikan bukan lagi menjadi bagian dari gaya hidup mewah namun, telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Dengan tampil cantik dapat membuat orang menjadi lebih percaya diri (Young, 2011).

Adanya kebutuhan masyarakat terutama perempuan dalam hal perawatan kecantikan tersebut mendorong seorang anak muda untuk membuka sebuah usaha di bidang jasa, yaitu salon & spa dengan cafe. Salon & spa termasuk dalam jasa yang tidak terkait dengan produk fisik, sedangkan cafe termasuk dalam jasa yang terkait dengan produk fisik sehingga perlu adanya interaksi terhadap produk fisik. Salon & spa yang diberi nama Madina ini terletak di daerah

Bantul. Pemilik usaha melihat adanya peluang di bidang ini karena masih kurangnya usaha salon kecantikan di daerah tersebut. Salon-salon yang sudah ada pun memiliki pelanggan yang cukup banyak sehingga dapat dilihat bahwa pasar untuk usaha ini ada. Gaya hidup anak muda sekarang ini yang memiliki kecenderungan untuk melakukan perawatan diri membuat pemilik usaha memilih anak muda sebagai target pasar dalam usahanya. Hal ini didukung pula dengan adanya beberapa perguruan tinggi di sekitar lokasi yang akan dijadikan tempat usaha, yaitu Institut Seni Indonesia (ISI), Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), dan sekolah-sekolah SMA lainnya. Ide yang ada untuk membuat gabungan usaha Salon & Spa dengan cafe ini pun merupakan kekuatan tersendiri bagi usaha ini. Cafe didirikan sebagai pelengkap dari usaha utama, yaitu salon & spa. Pelanggan yang datang dapat menunggu sambil menikmati makanan atau minuman di cafe yang telah disediakan.

Ide awal pemilik usaha adalah membangun bisnis salon yang dapat menyediakan kualitas pelayanan yang berfokus pada pelanggan dan memiliki keunggulan kompetitif dibanding jasa sejenis lainnya. Dalam menyediakan pelayanan yang berfokus pada pelanggan, pemilik usaha perlu mengetahui kebutuhan dan harapan pelanggan. Pemahaman mengenai harapan pelanggan atas pelayanan yang ditawarkan memainkan peranan penting dalam memberikan kepuasan pelayanan (Parasuraman *et al.*, 1991). Keunggulan kompetitif akan didapatkan apabila usaha salon & spa ini mampu memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya. Pesaing-pesaing yang terletak di sekitar salon & spa Madina ini diantaranya adalah salon & spa Rumah Sehat Cantik Muslimah (RSCM) Bantul 1, salon Paramitha, salon Larista, salon Puspita SR, salon Maesaayu, dan salon Aulia. Berdasarkan wawancara, pemilik usaha ini tidak pernah melakukan pengamatan atau penelitian terhadap kebutuhan pelanggan dalam menentukan pelayanan apa yang harus diberikan. Pemilik usaha juga tidak mengetahui secara jelas apa keunggulan-keunggulan lain yang dimiliki oleh pesaing-pesaingnya untuk dapat dibandingkan dengan usaha miliknya. Oleh karena itu, salon & spa Madina tidak dapat berkompetisi apabila pemilik usaha tidak memiliki rancangan jasa yang menyediakan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan untuk usaha salon & spa miliknya.

Perancangan jasa adalah proses perencanaan, penciptaan, dan penyampaian jasa yang merupakan langkah komprehensif dan integratif yang terdiri atas beberapa aspek, diantaranya penetapan tujuan organisasi, analisis peluang

pasar, analisis alokasi sumber daya organisasi, penentuan konsep jasa strategik, penentuan konsep operasi jasa, perancangan *positioning* pasar, penentuan konsep pemasaran jasa, dan proses penyampaian jasa (Tjiptono & Chandra, 2011).

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah pada sub bab sebelumnya, dapat diidentifikasi bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah belum adanya rancangan jasa pada usaha Salon & Spa Madina dalam menyediakan kualitas pelayanan yang berfokus pada pelanggan untuk memperoleh keunggulan kompetitif.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah menyusun rancangan jasa pada usaha Salon & Spa sebagai referensi bagi pemilik usaha dalam menyediakan kualitas pelayanan yang berfokus pada pelanggan.

## **1.4. Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. *House of Quality* (HoQ) yang dibangun hanya sampai pada QFD tahap 2.
- b. *Benchmarking* dilakukan hanya pada pesaing utama, yaitu Salon & Spa RSCM Bantul dan Salon & Spa Flarent Seturan pada periode bulan Juni 2014
- c. Penilaian *benchmarking* dilakukan oleh 10 orang ahli perawatan salon dan spa dengan kriteria ahli tersebut sering melakukan perawatan rambut maupun tubuh di salon, yaitu lebih dari 3 kali sebulan.